

Miradas globales **para otra economía**

Setem

Crisis económica, crisis social y ambiental, desempleo creciente, aumento de la pobreza y exclusión social... Los signos de los tiempos que nos tocan vivir parecen no ser alentadores. Sin embargo las sociedades presentan siempre una gran capacidad de resistencia, fuente de oportunidades y esperanza. Numerosas experiencias en todo el mundo demuestran cómo es posible hacer economía en base a valores como la solidaridad, la equidad, la justicia, la cooperación, la participación y el cuidado del entorno.

SETEM presenta en este libro quince de estas experiencias, repartidas entre África, América Latina y el estado español. Iniciativas exitosas, cubriendo todas las fases del ciclo económico –producción, distribución, consumo y crédito–, que ponen al ser humano y sus necesidades como prioridad, cuyas actividades garantizan impactos sociales y ambientales positivos, además de rentabilidad económica.

Sueños que se han hecho realidad y realidades que nos permiten soñar.



Pablo Guerra es el autor de los capítulos teóricos y quien ha dado forma a la información recopilada en los casos prácticos. Uno de los máximos exponentes en economía solidaria a nivel mundial, es profesor en la Facultad de Derecho de la Universidad de la República (Montevideo – Uruguay), reconocido investigador y promotor de diversos espacios comunitarios y experiencias de economía solidaria y comercio justo como el Espacio MERCOSUR Solidario, el Encuentro Latinoamericano de Tiendas de Comercio Justo y numerosas iniciativas en su país y región.


Miradas globales para otra economía

EDITA:
SETEM (www.setem.org)

REDACCIÓN:
Pablo Guerra

COORDINACIÓN:
Anna Fernández Montes

INVESTIGACIÓN:
Pablo Guerra, Clementine Servaire y Anna Fernández Montes

CONSEJO EDITORIAL:
Iratxe Arteagoitia, Eva Blanco, Anna F. Montes, Mónica Gómez, Silvia Ibañez, Beatriz Jiménez, Flavia Laurencicch, María Martín y Marta Solano

AGRADECIMIENTOS:
Por prestar su interesante experiencia y acercarnos sus testimonios:

ASARBOLSEM, Cadena Textil Solidaria, El Salinerito, Faces do Brasil, Fiare, Fonds Afrique, Gone Rural, IDEAS, Landare, Le Gafreh, Red Comal, Red Social Koopera, RESOPP, Som Energia, Woïyo Kondeye-Cocinas Colectivas de Mali.

Por su inspirador prólogo a Jordi Garcia.

Por participar en las presentaciones, poniendo cara, voz y sentimiento a las experiencias que relatan a Aramaixo Baserri Barri, Carlos Céspedes, Fiare, Francisco Martínez, Bibiane Tuina y Marc Vives. Y en especial a Pablo Guerra, por el entusiasmo y diligencia con que ha acogido y realizado este proyecto.

TRADUCCIÓN:
Casos africanos: Marina Reig

DISEÑO Y MAQUETACIÓN:
Toni Sánchez Poy

IMPRESIÓN:
EL TINTER, SAL

Barcelona, junio de 2012

DIPÓSITO LEGAL: xxxxxxxxx
ISBN: xxxxxxxxx

CON EL APOYO DE:




Esta publicación ha sido elaborada con el apoyo económico de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID). El contenido de este documento es responsabilidad exclusiva de SETEM y en ningún caso debe considerarse que refleja la opinión de la AECID.

Impreso en papel ecológico y reciclado

Índice

Presentación ____ 4
Prólogo ____ 6

Capítulo I. Tendencias actuales de la economía ____ 8
Capítulo II. ¿Es posible otra economía?
El caso de las economías solidarias ____ 19
Capítulo III. Análisis de experiencias ____ 27
Mapa índice de las experiencias ____ 28

ÁFRICA

Las cocinas colectivas de Malí [Malí] ____ 30
Le Gafreh [Burkina Faso] ____ 34
Fonds Afrique [Regional] ____ 38
Gone Rural [Swazilandia] ____ 42
RESOPP [Senegal] ____ 46

AMÉRICA LATINA

ASARBOLSEM [Bolivia] ____ 50
El Salinerito [Ecuador] ____ 54
Cadena Textil Solidaria [Argentina] ____ 59
Red Comal [Honduras] ____ 63
Faces de Brasil [Brasil] ____ 69

ESTADO ESPAÑOL

Landare ____ 74
Som Energia ____ 78
Red Social Koopera ____ 81
Fiare ____ 85
IDEAS ____ 89

Conclusiones ____ 94
Bibliografía ____ 100

Presentación

Es una gran alegría para todo el equipo de SETEM que tengas estas páginas entre las manos, fruto de un largo recorrido de reflexión y lucha. Desde SETEM llevamos décadas trabajando para la transformación social, sobretodo centrada en la búsqueda de la justicia económica y la emancipación de las personas (productoras, trabajadoras y consumidoras).

Con esta meta trabajamos activamente en el fortalecimiento de todas las dimensiones del movimiento de Comercio Justo - sensibilización, comercialización e incidencia política-, diseñamos campañas de movilización social alrededor de la protección y mejora de los derechos laborales de los colectivos de personas trabajadoras, de los Impactos sociales y mediambientales de las actividades de empresas transnacionales, de promoción de alternativas económicas como la banca ética o el consumo crítico y responsable... con el fin último de construir una cultura de la solidaridad internacional respetuosa con la dignidad de los pueblos, orientada a erradicar las causas estructurales de las desigualdades y a la creación alternativas colectivas.

Todas estas líneas de trabajo encuentran un denominador común en la propuesta de la Economía Solidaria, entendida como aquel conjunto de prácticas de producción, comercialización, consumo y crédito que buscan la satisfacción de necesidades y el desarrollo integral del ser humano y de la comunidad en lugar de la maximización de beneficios, y que se organizan siguiendo los valores de cooperación, solidaridad, democracia, igualdad y sostenibilidad. En este sentido, pues, hablamos, de producción cooperativa, de comercialización justa, de consumo responsable y de finanzas éticas.

En el contexto actual de crisis del sistema, recortes sociales, depredación del medio y explotación humana nos parece especialmente útil e importante seguir mostrando que existen muchas otras maneras de gestionar la sociedad y el entorno. Parafraseando a Eduardo Galeano en su visita a las plazas del 15M el pasado 2011, “hay otro mundo en la barriga de este mundo”, y éste huye de la homogeneización que nos impone el modelo actual, y se viste de la diversidad de iniciativas de la sociedad civil.

El objetivo que nos marcamos con esta publicación es mostrar los Impactos negativos que está implicando el actual modelo hegemónico capitalista, mediante mecanismos como el comercio internacional o la dictadura económica de las empresas transnacionales, y contraponer y visibilizar una realidad ya existente: miles de experiencias de economía solidaria se están desarrollando en todos los rincones del mundo, las cuales, poniendo las necesidades de las personas y el medio como prioridad en sus actividades, generan diversidad de Impactos positivos que nos permiten confiar en la consecución de un mundo mejor para todas y todos.

Queremos compartir contigo quince experiencias del continente africano, latinoamericanas y del Estado español. Cuando ideamos esta publicación, nos marcamos algunos ejes prioritarios para analizar, presuponiendo que encontraríamos experiencias que podrían clasificarse según su impacto en género, derechos laborales, autogestión, ecología, cultura de consumo, finanzas éticas... la elaboración de esta edición ha sido un proceso de aprendizaje para el equipo. Enseguida vimos que no era posible hacer esa distinción tan clara. Las iniciativas de econonomía solidaria que hemos conocido y recopilado son mucho más ricas y complejas que ese primer esquema que nos habíamos planteado: todos los emprendimientos generan multitud de Impactos positivos en todas las áreas, convirtiendo este tipo de inciativas en respuestas holísticas a diversos problemas que afrontamos como comunidad. Por este motivo, en el tercer capítulo dedicado a la exposición de casos, encontrarás cuadros resumen de Impactos de cada experiencia, de los cuales resaltamos aquellos dos que consideramos más destacables para cada iniciativa.

Otro aspecto que nos proponemos visibilizar con estas páginas es que las experiencias tienen un alto grado de replicabilidad, atendiendo a las peculiaridades de cada contexto, por lo que nos parece de suma importancia poder mostrar diferentes iniciativas en diferentes lugares, y contribuir a un aprendizaje común.

En este sentido, también nos gustaría recalcar la relevancia del trabajo en red, como mecanismo de trabajo colaborativo, horizontal y extensivo que permite al movimiento de economía solidaria tejer lazos regionales e intercontinentales que refuerzan la capacidad constructiva y de incidencia política.

Nos gusta pensar que la lectura de esta publicación será un contagio de entusiasmo. Las siguientes páginas no son una compilación de ideas y sueños, son la muestra de realidades que están configurando otra manera de trabajar, de producir, de relacionarnos y de entender el mundo. Está pasando y lo estamos haciendo. Esperamos contar contigo.

Anna Fernàndez Montes
Responsable de Campañas de SETEM Catalunya

Prólogo

No es que una nueva economía distinta a la capitalista sea posible, es que ya existe. Adopta nombres diferentes, según el autor y el contexto: economía social, economía de la solidaridad, economía solidari..., pero en cualquier caso cobija miles de prácticas económicas que operan con una racionalidad diferente de la economía capitalista y que intentan guiarse por valores como la justicia, la solidaridad, la participación, la cooperación, la comunidad y la sostenibilidad.

En lugar de buscar el lucro como hace la economía dominante, son prácticas que persiguen satisfacer necesidades (de trabajo, de alimentación, de vivienda, de educación, de participación...). En vez de organizarse de manera autoritaria, en torno a la propiedad del capital, lo hacen de manera democrática y situando como centro el trabajo humano. En vez de tratar el entorno ambiental y social como una fuente de recursos para usar y tirar, se consideran a sí mismas como parte inseparable de este medio y se esfuerzan por preservarlo y mejorarlo.

Sector económico y movimiento social a la vez, la economía social y solidaria la forman experiencias de naturaleza muy diversa, unas centradas en la producción (en forma de trabajo cooperativo), otras en la comercialización (en forma de comercio justo), en el consumo (como consumo responsable), en el crédito (las finanzas éticas), en la circulación de la moneda (las monedas sociales y locales) y otras también en la propiedad y la gestión de los recursos (los bienes comunes). En todo ello participan millones de personas, con grados de inserción diversos y sirviéndose de formas organizativas diferentes: muchas son cooperativas (de trabajo, de consumo, de crédito...), otras son asociaciones, también las hay que operan como redes de cooperación informales...

Quizás todavía lo verbaliza poco, quizás por el momento es un fenómeno que se expresa tan sólo desde la cotidianidad, la cuestión es que la economía social y solidaria está ya redefiniendo conceptos clave para toda sociedad como son los de empresa, riqueza, eficiencia o mercado. En el fondo, trae a la realidad el sentido originario del término "economía", esto es el gobierno de la casa, la reproducción de la vida y la organización racional del conjunto de actividades que nos permiten subsistir y satisfacer nuestras aspiraciones y necesidades.

Ciertamente, no constituye ni mucho menos la economía mayoritaria, pero nadie puede menospreciarla argumentando una supuesta insignificancia: a día de hoy está resolviendo ya las necesidades de cientos de millones de personas de los cinco continentes (en el mundo hay más de 800 millones de cooperativistas) y, en estos últimos años, crece y se multiplica muy rápidamente.

Ésta es una descripción sumaria de la amplia y heterogénea constelación que dibuja la economía social y solidaria. Para saber más, te recomiendo leer este libro que tienes en las manos. Los dos primeros capítulos -que ha escrito uno de los máximos expertos de la economía solidaria no sólo de América Latina, sinode todo el mundo, el profesor uruguayo Pablo Guerra- analizan la situación actual de la economía mundial y plantean la posibilidad de que la economía solidaria se convierta en una alternativa al capitalismo. A continuación, el libro nos sumerge en la historia de quince experiencias de economía solidaria, que relatan prácticas de éxito, diversas, todas apasionantes, cinco de africanas, cinco americanas y cinco del Estado español. Cierra la obra un capítulo de conclusiones.

Estamos, pues, ante un libro necesario, más aún en el presente contexto de crisis global del sistema capitalista. Necesitamos lecturas de este tipo, que nos inspiren alternativas practicables para salir del agujero en que parecen querer enterrarnos especuladores, banqueros y grandes empresarios (camuflados bajo el nombre de "mercados"), y los políticos que les hacen de capataces.

Felicito e los compañeros y compañeras de Setem, organización líder de solidaridad internacional y también entidad miembro de la Red de Economía Solidaria, por haber publicado este libro. El editor alemán Siegfried Unseld decía que todo escritor debería querer que su libro tuviera consecuencias. Honestamente, pienso que "Miradas globales para otra economía" puede tenerlas. Las necesitamos.

Jordi Garcia Jané
Xarxa de Economía Solidaria de Catalunya (XES)
Miembro de la Red de Economía Alternativa y Solidaria (REAS)

Capítulo I

Tendencias actuales de la economía

LA EVOLUCIÓN DE LA GLOBALIZACIÓN Y CONTEXTO ACTUAL

Hay muchas maneras de entender y concebir a la globalización, un fenómeno complejo en sí mismo con aristas positivas y otras negativas. A los efectos de este estudio, partiremos de una definición acotada para dar cuenta de una de sus dimensiones específicas. Nos referiremos entonces a la globalización como fenómeno principalmente económico y de carácter capitalista, pero vayamos por partes.

Podemos definir la globalización a nuestros efectos como *una nueva fase en la internacionalización de los mercados*. En concreto Benjamin Coriat a quien seguiremos en la periodificación[1] hace mención a tres fases en los procesos de internacionalización, que –según entendemos- coloca a las empresas y a los estados en una especial situación de desenfrenada competitividad como nunca antes se había observado en el escenario mundial. Se trata fundamentalmente de una globalización capitalista, en el entendido que los principales intereses por gestarla y mantenerla responden a los grandes capitales que como veremos más adelante en buena parte son "capitales basura" que surgen en medio de las burbujas especulativas y desaparecen cuando éstas estallan dando paso a las crisis financieras.

Primera etapa: Internacionalización

Se extiende desde principios del S. XIX hasta la Primera Guerra Mundial, y se caracteriza, en el caso de los países latinoamericanos, por fundar la concepción de los "Estados Soberanos", tanto en el plano político (procesos independentistas) como en el plano económico (emisión de moneda, definición de tasas de cambio, control de intercambios aduaneros, etc.), a la par que crece la comercialización internacional. En el caso de los países africanos, la Conferencia de Berlín (1884 – 1885) es la que determina una fuerte colonización por parte de los países europeos, generando Estados Nacionales pero de tipos coloniales, dando lugar a una serie de inversiones en infraestructura pensadas justamente para facilitar la logística de la nueva división internacional del trabajo. Esta nueva división consiste en una **notoria diferencia de roles económicos entre el centro (parte de Europa fundamentalmente en esta etapa) y la periferia (Asia, África y América).** Para la periferia, el modelo podría denominarse "primario extractivista", en la medida que a los países del sur les correspondía elaborar y exportar productos primarios muy específicos: agro y pecuaria en Uruguay y Argentina; café en Brasil, Colombia, Angola o Etiopía; fruta en los países del Caribe, Tailandia, India o Filipinas; cobre en Chile; oro en Sudáfrica; cromo en Zimbawbe; azúcar en Cuba; cacao en Ecuador, Costa de Marfil o Malasia, etc., profundizándose bajo el liderazgo de la aristocracia latifundista, las diferentes formas de explotación rural de la época: estancias, hacienda y explotaciones. Han sido escasos los modelos nacionales que intentaron modificar este patrón internacional, acaso el Paraguay anterior a la Guerra de Triple Alianza (1865 – 1870), la Revolución Mexicana (1917) o para irnos antes en el tiempo, la experiencia de las Misiones Jesuíticas en la región del Guaira (duramente reprimidas por los Imperios de España y Portugal a partir de las repercusiones del Tratado de Madrid de 1750).

El aumento del comercio internacional en esta primera etapa genera algunos hitos importantes en materia de tratados de libre comercio. Es el caso del tratado franco – británico de 1860, conocido como "Tratado Cobden" en honor al reconocido economista liberal. Gran Bretaña justamente influirá notoriamente en esta etapa promoviendo políticas liberales y de libre comercio en buena parte del mundo a partir de lo que el historiador británico Bernard Semmel denominó "*free trade imperialism*" o imperialismo del libre comercio.

Segunda etapa: Mundialización

Comprende desde la Segunda Guerra Mundial hasta los años setenta, década que ha servido de corte histórico para importante cantidad de fenómenos sociales, culturales y económicos. La principal novedad aquí es que **las firmas multinacionales empiezan a operar con base mundial, dividiendo sus procesos productivos y comerciales.**

Mientras esto ocurría, los Estados Nacionales en América Latina exploraban nuevas vías hacia el desarrollo, implementando la *estrategia sustitutiva de importaciones,* y por lo tanto cambiando a los actores líderes de estos procesos, que pasan a ser ahora los empresarios industriales (burguesía nacional), sobre todo los de sectores estratégicos como el siderúrgico, metal-mecánico y petrolero. Nótese, como al tiempo que el Estado asumía obligaciones en el campo industrial, las multinacionales también iban extendiendo sus tejidos en estos países, comenzando una etapa de comercialización entre firmas (intra ramas), que asumiría valores cercanos al 40% sobre el total del comercio mundial. Evidentemente, no tiene sentido hablar de libre competencia en ese marco.

El caso africano fue diferente: la postguerra depara una nueva geografía internacional, provocando un fuerte y lento proceso de descolonización que inhibió, por diversas circunstancias, la posibilidad de gestar procesos autónomos de desarrollo con base industrial. En estos casos las multinacionales operaron con mayor liberalidad.

En esta etapa de postguerra surgen además algunas instituciones fundamentales para comprender la historia económica contemporánea. Los acuerdos de Bretton Woods (1944) por ejemplo sientan las bases de una economía basada en el dólar como patrón internacional de referencia, además de crear el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional, de desgraciada influencia cuando se desata la crisis de la deuda externa de los países del tercer mundo, en el marco de la tercera etapa.

Tercera etapa: Globalización

Nace a mediados de los años setenta y alcanza hasta nuestros días. Como ha señalado el "Grupo de Lisboa", el "mundo global" es el resultado de una profunda reorganización reciente de la economía y de la sociedad que busca abarcar a la vez los países capitalistas desarrollados, los países ex-comunistas y los países llamados "en desarrollo"[2].

1 Coriat, B.: *Los desafíos de la competitividad*, Bs. As., UBA, 1997.

2 GRUPO DE LISBOA: *Los límites a la competitividad. Cómo se debe gestionar la Aldea Global,* UNQui/Sudamericana, Buenos Aires 1996.

Podemos mencionar en ese sentido, varias características que asume este nuevo período.

■ **En primer lugar**, la globalización capitalista pasa a ser fundamentalmente **globalización financiera**, con su correspondiente **desregulación** (en términos generales) de los mercados de finanzas. Según el Banco de Reglamentos Internacionales, las transacciones en el mercado de cambios alcanzaban sobre principios de este siglo al billón de dólares diarios y representaban cincuenta veces el monto del intercambio de bienes y de servicios. En el mismo sentido, Jaerson Bezerra nos habla de una globalización alentada por una gran cantidad de dinero "ocioso", en un mundo "que crece poco y se distribuye aún menos, que desemplea mucho y convive con formas cada vez más sofisticadas de exclusión social y de desigualdad tecnológica"[3]. Decimos que la globalización es "especialmente" financiera, porque aquí se cumple el principio de Castells de una economía con la capacidad de funcionar como una "unidad de tiempo real a escala planetaria", cosa que no ocurre –aún- con los otros mercados[4].

La desregulación también es visible en los grandes servicios internacionales masivos, caso de las telecomunicaciones, pero también en el transporte aéreo; así como en los mercados laborales, para hacer referencia a los casos más obvios. El mal llamado "Consenso de Washington" de gran receptividad por los gobiernos latinoamericanos en los noventa, fue determinante para consolidar estos procesos.

Las fusiones empresariales no dejan de sucederse. Aquí van las de mayor notoriedad iniciadas en 2011:

- **Express Scripts, empresa de gestión de servicios de salud, anunció en julio la compra de Medco por US$29.140 millones.**
- **Johnson & Johnson, farmacéutica estadounidense, ofreció US$21.497 millones por Synthes, empresa de productos ortopédicos con sede en Suiza.**
- **Kinder Morgan, distribuidora estadounidense de gas natural, anunció la compra de El Paso por US$21.180 millones.**
- **Google anunció un acuerdo de US$12.938 millones para adquirir Motorola Mobility, división de Motorola que fabrica celulares con el sistema operativo de Android, de Google.**

■ **Una segunda característica** de esta etapa es que al tiempo que se *globaliza*, ocurren **procesos de concentración**: el *intercambio de amenazas* al decir de Coriat, propio de la lógica mercantil exacerbada, lleva a que por un lado, las empresas se reúnan para mantener sus rentas, dando lugar a procesos de concentración (ya sea por medio de la fusión o adquisición empresarial), como es evidente ha ocurrido con numerosas empresas medianas y grandes en diversas ramas de actividad: Rhône-Poulenc de Francia con Hoeschst de Alemania en la industria farmacéutica; la francesa Total y la belga Petrofina o Amoco y British Petroleum, o Exxon y Mobil de Norteamérica para el caso de la industria del petróleo; el Deustche Bank con el norteamericano Banker Trust, o Citicorp con Travelers, para el caso bancario; Bell y GTE, o ATT y TCI en las telecomunicaciones; Volkswagen con Seat y Skoda, o Peugeot con Citroen entre otras para la industria automotriz, son solo algunas de las operaciones de mayor notoriedad en los noventa. Una de las mayores operaciones de fusión ocurrió en el 2000 cuando American Online (AOL) compra el grupo Time Warner en 156 mil millones de dólares.

Como señala Zubero, sin embargo, son fusiones paradójicas: suman capitales, incrementan cuotas de mercado, comparten directivos, pero restan trabajadores y trabajadoras, todo esto alentado por las Bolsas que tienden a recibir como una buena señal el anuncio de despido de mano de obra[5].

Los Estados, por su lado, se juntan para remarcar el territorio donde se concentran sus principales intercambios. Los **procesos de integración** regional en este período de análisis son ejemplos en la materia. En América: Comunidad del Caribe (1973), Mercado Común del Sur (1991), NAFTA (1994), Comunidad Andina de Naciones (1998) a lo que debemos sumar las infructuosas gestiones para instalar el ALCA (2001). En Asia y Pacífico: ANCERT (1983), AFTA (1992), APEC (1994), Japón y Singapur (2011). En África hay una amplia nomenclatura de pactos regionales alcanzados en este período de referencia, solo a manera de ejemplo podemos citar: Tratado Constitutivo de la Comunidad Econó¬mica de África Occidental (ECOWAS, 1975), Comunidad Económica de Estados del África Central (CEEAC, 1983), Unión Económica y Monetaria para África del Oeste (1996), Unión Africana (1999), Comunidad para el Desarrollo de África Austral (2000), Mercado Común para África del Este y del Sur (2004), etc. En Europa nos podemos concentrar en lo sucedido por la década de los noventa: firma del Tratado de la Unión Europea en Maastricht (1992), Firma del Acuerdo sobre el Espacio Económico Europeo (1992), entrada en vigor del mercado único (1993), entrada en vigor del Tratado de la Unión Europea (1993), Firma del Tratado de Ámsterdam (1997), Creación del Banco Central Europeo (1998), etc.

Nótese sin embargo que los procesos de integración regional han estado dominados en muchos casos por visiones más o menos liberales, que ponen énfasis en las dimensiones mercantiles antes que en las más propiamente políticas (éstas últimas más trabajadas en el proceso europeo respecto a lo ocurrido en las otras regiones). Estas visiones más mercantilistas se exacerban en los **tratados de libre comercio** a nivel bilateral así como en el sistema multilateral. Si bien la firma del GATT ocurre en el marco del segundo período analizado (1947), la Ronda Uruguay marca un hito en su historia con la creación de la Organización Mundial del Comercio (OMC, 1994). Las negociaciones aquí muestran una incuestionable influencia por parte de los intereses de los países más ricos al centrar el debate en el comercio de las mercancías y de los servicios, con la excepción de los productos agrícolas, lo que ha producido un estancamiento de las

3 Bezerra, J.: "Políticas económicas, ideológicas y dimensión Geocultural", Fondation Charles Léopold Mayer pour le Progrès de l'Homme y Alianza por un mundo responsable, plural y solidario, 2001.

4 Castells, M.: *La era de la información: Economía, Sociedad y Cultura*, Madrid, Alianza, 1998.

5 Zubero, I.: "Entre la globalización económica y el nacionalismo político: el espacio de una nueva sociedad civil mundial, en Pérez Adán (comp): *Las Terceras Vías*, Madrid, Ediciones Internacionales Universitarias, 2001.

¿Sabías que...

el monto de subsidios a la agricultura de los países con altos ingresos económicos es cinco veces superior al monto total destinado a la cooperación internacional?

negociaciones, ya que esto supone un claro desequilibrio para los países empobrecidos que, como hemos visto en la primera etapa, se han especializado en la producción y comercialización de materias primas.

Las negociaciones bilaterales, mientras tanto, de gran dinamismo en los noventa, han ido incorporando cláusulas también influidas por posiciones de dominio. Es el caso de las repercusiones en la producción de alimentos, en la pequeña producción familiar, en el uso de patentes (de gran impacto para la industria farmacéutica) o en las normas para concursos públicos[6].

Es en este contexto que las **empresas trasnacionales** (ETN) logran posicionarse con mayor fuerza, haciendo valer sus derechos empresariales por encima muchas veces de derechos humanos más fundamentales. Hay evidencia, por ejemplo, de obstáculos impuestos por ciertas ETN para el acceso de muchos países a fármacos genéricos; de agresiones a pueblos indígenas, al medioambiente o al derecho laboral. Un caso paradigmático, es el juicio interpuesto por la multinacional Philip Morris al Estado Uruguayo cuando éste instala en 2006[7] una Ley dirigida a proteger la salud pública limitando la publicidad comercial que incita al consumo del tabaco. Como expresa el Tribunal Permanente de los Pueblos, "los derechos de las ETNs se ven tutelados por un ordenamiento jurídico global basado en reglas de comercio y de inversiones de carácter imperativo, coercitivas y ejecutivas, mientras que sus obligaciones se remiten a ordenamientos nacionales sometidos a la lógica neoliberal, a un derecho internacional de los derechos humanos manifiestamente frágil, y a una responsabilidad social corporativa voluntaria, unilateral y no exigible jurídicamente"[8].

■ Una **tercera característica** es que a la **creciente mercantilización de la vida**, que caracterizó en realidad a los tres períodos anotados, se le suma en el plano cultural, la tendencia a importar determinados modelos de consumo. La explosión de la cultura de consumismo norteamericana o *macdonalización* de la vida, es reflejo de varios factores que actúan en simultáneo. Si bien la globalización permite un mayor intercambio cultural y por lo tanto una mayor riqueza producto de la multiculturización, ciertamente los mecanismos por los que fluyen los intercambios culturales no dejan de estar afectados por ciertas relaciones de dominación.

6 Para un análisis crítico sobre los tratados de libre comercio Cfr. SETEM: "De un comercio esclavo a un comercio justo", Revista N. 20, Diciembre de 2011.

7 Ley 18.256 de 2006. El litigio entre una de las principales tabacaleras del mundo y uno de los países más pequeños de América Latina, basa sus argumentos en un Acuerdo de Protección Recíproca de Inversiones que impediría al Estado Uruguayo defender la salud pública de sus habitantes mediante mecanismos legítimamente establecidos por su Parlamento Nacional. Es de destacar que las ventas anuales de la ETN supera en muchas veces el PIB del Uruguay.

8 Cfr. Tribunal Permanente de los Pueblos: "La Unión Europea y las ETN en América Latina", Madrid, Mayo de 2010, en http://www.enlazandoalternativas.org/IMG/pdf/TPP-verdict_es.pdf (Recuperado en Marzo de 2012)

9 Chonchol, Jacques: "Globalización y neocolonialismo", Reflexión y Liberación, Santiago de Chile, 1996, en http://www.servicioskoinonia.org/relat/184.htm (Recuperado en Febrero de 2011).

10 "Vitali, S. Glattfelder, B. and Battiston, S.: "The network of global corporate control" (Las redes del control global de las empresas), en http://arxiv.org/PS_cache/arxiv/pdf/1107/1107.5728v2.pdf publicado en 2011 (recuperado en Febrero de 2012).

Ranking de las 10 corporaciones más influyentes en la economía globalizada (fuente: "The network of global corporate control", 2011):

1 BARCLAYS PLC (GB)
2 CAPITAL GROUP COMPANIES INC, (US)
3 FMR CORP (US)
4 AXA (FR)
5 STATE STREET CORPORATION (US)
6 JPMORGAN CHASE & CO. (US)
7 LEGAL & GENERAL GROUP PLC (GB)
8 VANGUARD GROUP, INC., (US)
9 UBS AG (CH)
10 MERRILL LYNCH & CO., INC. (US)

■ **Finalmente**, como señala Jacques Chonchol, la globalización se manifiesta en el plano de «un cierto **traspaso de poder de los Estados nacionales a las sociedades multinacionales** y de una simbiosis entre los intereses de los grandes Estados de los países desarrollados y dichas sociedades»[9]. Un reciente estudio publicado en Suiza[10] revela que un grupo de **1.318 empresas** se sitúa al **centro del comercio global controlando el 50% de los ingresos** de explotación **de todas las corporaciones multinacionales.**

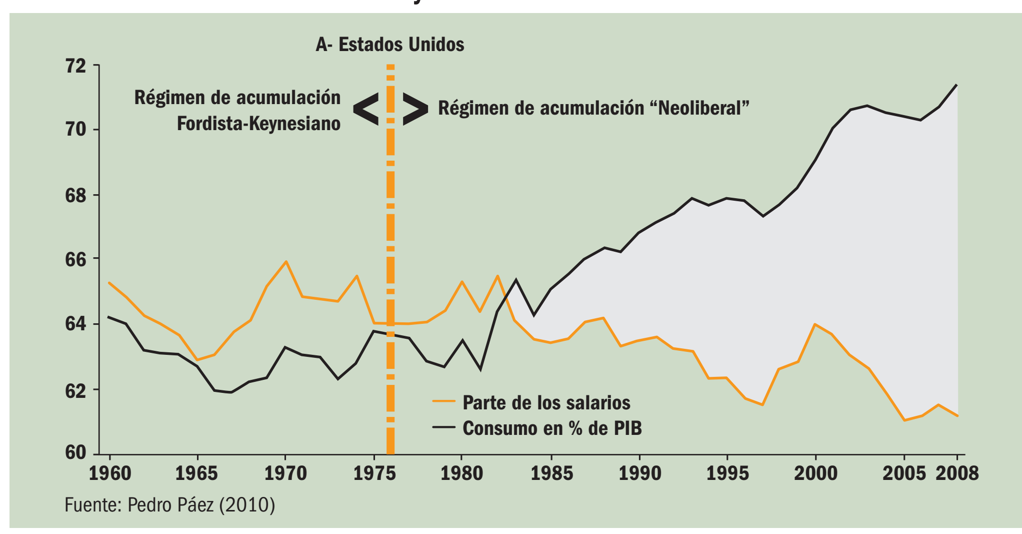
Al interior de este grupo se encuentra un núcleo de 147 multinacionales. Esta 'superentidad' controla cerca del 40% del valor total de las multinacionales y el 75% de ellas corresponden a grupos financieros.

Estas grandes multinacionales, como insiste Chonchol, « no son homogéneas ni por sus estructuras financieras ni por su dimensión o por sus estrategias. A pesar de pertenecer teóricamente a ciudadanos de algunos de los grandes países desarrollados, ningún gobierno de esos países puede ejercer un control sobre ellas. Si alguna ley molesta su expansión, ellas amenazan desplazarse y pueden hacerlo rápidamente. Pueden moverse libremente por el planeta para escoger la mano de obra más barata, el medio ambiente menos protegido por leyes o reglamentos, el régimen fiscal más favorable para ellas o los subsidios más generosos. No necesitan ya, como las grandes empresas del pasado, ligarse a una nación o dejar que sentimientos nacionales solidarios entramen sus proyectos. Están en gran parte al margen del control individual de sus Estados de origen ». En este sentido, compartimos con Beck cuando señala que la globalización económica "no es ningún mecanismo ni automatismo, sino que es cada vez más, un proyecto político cuyos agentes trasnacionales, instituciones y convergencias en el discurso (Banco Mundial, OMC, OCDE, empresas multinacionales, así como otras organizaciones internacionales) fomentan la política económica neoliberal"[11].

En materia productiva y comercial, resalta una nueva **estrategia de competitividad** muy utilizada por las empresas trasnacionales con base en los países del centro: las políticas de relocalización, esto es, el traslado de ciertas áreas productivas (bienes o servicios) que realizan empresas situadas en los países más ricos hacia los países emergentes. Anglicismos como "Offshoring" o "Outsourcing" comienzan a ser de dominio público, para hacer referencia a los procesos de tercerización y deslocalización en países que permitan una mayor rentabilidad a los capitales. El *Kearney Global Services Location Index* realiza un ranking con los siguientes países más atractivos para este nuevo tipo de práctica empresarial: India, China, Malasia, Tailandia, Indonesia, Egipto, Filipinas, Chile,

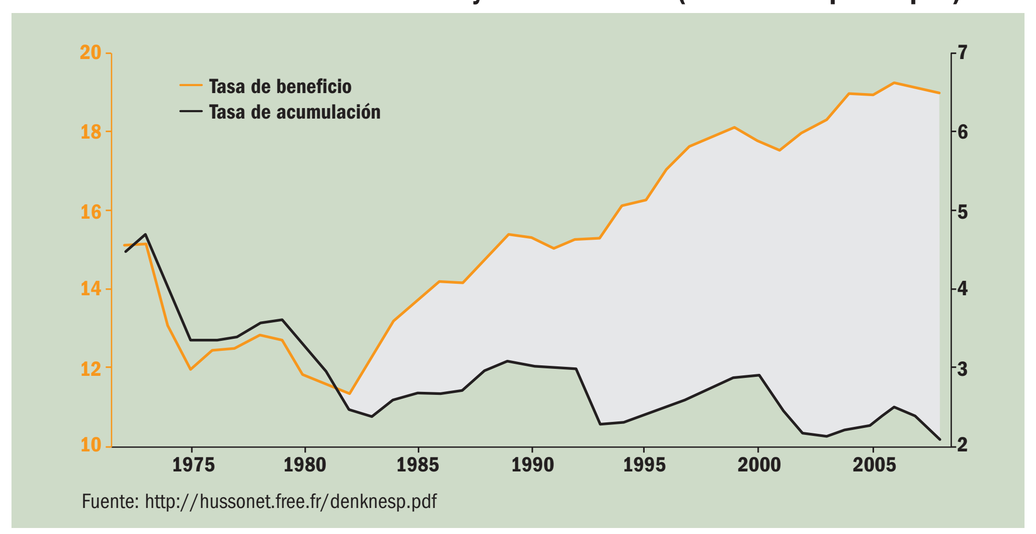
11 Beck, U.: *¿Qué es la globalización?. Falacias al globalismo, respuestas a la globalización,* Barcelona, Paidós, 1998.

Gráfico 1: Evolución de los salarios y consumo en relación al PIB en los EEUU



Fuente: Pedro Páez (2010)

Gráfico 2: Evolución Tasas de Beneficios y de Acumulación (EEUU + Europa + Japón)



Fuente: http://hussonet.free.fr/denknesp.pdf

Jordania y Vietnam encabezan el listado. El primer país de alto desarrollo económico en el ranking es EEUU en el puesto 14, seguido de Canadá en el puesto 28[12].

En América Latina, este período de globalización se corresponde con el abandono de la estrategia sustitutiva de importaciones, por un paulatino (en algunos casos radicales, como en Chile) proceso de apertura comercial tendiente a lograr mayores niveles de exportación de bienes no tradicionales y por un proceso muy claro hacia la privatización de las empresas estatizadas en el período anterior. Sin duda la creciente deuda externa tuvo efectos determinantes en este proceso.

En África por su parte, este período revela una enorme crisis fomentada entre otros factores, por la desregulación creciente, el desplome de relaciones sociales que contribuían a la redistribución, la mayor participación de agentes económicos sin escrúpulos y una violencia inusitada que impulsa guerras intestinas y prolongadas luchas sociales.

Todo lo anotado lleva sobre **finales de los 90** a una mayor toma de conciencia por parte de ciertos sectores sociales. **La globalización capitalista comienza a ser cuestionada** dando lugar a **manifestaciones crecientes** como las ocurridas desde la reunión de Seattle de la OMC en Noviembre de 1999 o la contracumbre de Davos, el Foro Social Mundial realizado en Porto Alegre en Enero de 2001.

CRISIS DEL SISTEMA

La población mundial se ha visto sacudida a comienzos del Siglo XXI. Las tendencias hacia la liberalización de las economías, la desregulación de los mercados, la deslocalización productiva o la mercantilización de diferentes bienes económicos no parecían significar un problema para quienes hegemonizaban los discursos y las prácticas económicas. La **acentuación de las desigualdades, el cambio climático, los crecientes niveles de pobreza** y exclusión social más bien eran identificados como externalidades que el propio mercado debería ir corrigiendo en la medida que ganara terreno frente a regulaciones que aún continuaban afectando "la mano invisible". Los grandes arquitectos de ese fiasco financiero, como Alan Greenspan, no podían imaginarse lo que vendría, lo que comienza a suceder a partir de fines de 2007.

Hasta entonces los agentes financieros globales estaban eufóricos: llevaban ya varios años de un auge sostenido, con inversionistas, empresarios, gobiernos y consumidores/as beneficiándose de un círculo que parecía virtuoso: unos invertían, otros producían, unos terceros consumían, todo gracias a las bondades del libre mercado.

Sin embargo, como podemos apreciar en el gráfico 1, el **consumo devenido en consumismo** comienza a generar una distancia apreciable en relación a los ingresos, fenómeno que comienza a ser visible a partir de la década de los ochenta en el contexto del modelo neoliberal impulsado por Reagan.

A su vez, el modelo hegemónico se estaba basando en un distanciamiento cada vez mayor entre las ganancias financieras y la inversión productiva, o dicho de otra manera, **el capital ficticio le ganaba terreno al capital productivo**, como puede observarse en el gráfico 2.

Este gráfico muestra las distancias cada vez mayores entre la tasa de ganancia (beneficio/capital) y la tasa de acumulación (tasa de crecimiento del volumen de capital neto). Señala Michel Husson al respecto: "La masa creciente de beneficios no invertidos ha sido principalmente distribuida bajo forma de ingresos financieros y es ahí donde se encuentra la

12 ATKearney: *The Shifting Geography of Offshoring*, Chicago, 2009.

¿Sabías que...

La crisis especulativa de los alimentos en 2008 provocó un incremento de las personas desnutridas de 75 millones según la FAO?

fuente del proceso de financiarización. La diferencia entre la tasa de beneficio y la tasa de inversión representa, por otra parte, un buen indicador del grado de financiarización. Se puede también verificar que el auge del desempleo y de la precariedad va de par con el crecimiento de la esfera financiera"[13].

Se puede comprender de esta manera entonces cómo se van acumulando capitales que toman la forma de activos financieros (llamados activos fantasmas por algunos analistas al no estar anclados en la economía real) deseosos de ser reinvertidos en nuevos formatos (productos derivados) buscando mayores rentabilidades.

Esta fiesta de aparente prosperidad y evidente descontrol comienza su final a mediados de 2007, cuando algunos bancos y financieras en Estados Unidos experimentan serios problemas de liquidez. ¿Qué había sucedido? Tanto se había inflado la **burbuja inmobiliaria** (alimentada por créditos baratos para mantener el crecimiento de la economía y el consumo, así como por el relajamiento de las regulaciones bancarias), que las familias fueron incentivadas a comprar bienes inmuebles por encima de su capacidad real de pago, las hipotecas a su vez se transforman en papeles negociables, las viviendas aumentan su valor en el mercado, hasta tal punto que algunos prestamistas ya no pueden hacer frente a sus obligaciones. En ese momento los bancos se encuentran con la situación de hipotecas sin valor y con inversionistas reclamando sus dividendos. El resultado es que algunos bancos ya no tienen fondos suficientes para hacer frente a sus obligaciones. Los papeles que se habían multiplicado en un frenesí interminable por la especulación y la búsqueda de lucro (que también habían afectado los precios de los alimentos y de otras materias primas como el petróleo), pasan a tener cada vez menos respaldo tangible. **Pronto la crisis demuestra que no solo es de algunos bancos, sino de todo un sistema financiero que eclipsaba.** El resultado inmediato es un encadenamiento crítico en las bolsas de valores, en los títulos de las empresas y en la economía real, con desenlace en un aumento considerable de las tasas de paro y de la pobreza. Setiembre de 2008, por ejemplo, es testigo de la caída de gigantes como Lehman Brothers o la aseguradora AIG. El Gobierno reacciona inyectando miles de millones para salvar a las instituciones bancarias y evitar un nuevo freno a la economía. Lo mismo sucedería en aquellos países y regiones más afectadas por la crisis financiera, caso de Europa y Japón, volviendo más vulnerables economías que nunca antes habían visto engordar sus deudas y dilapidar tantas reservas a cambio de nada.

Algunos años después, el saliente **Presidente del Banco Central Europeo se confesaba: "El origen de la crisis financiera es sistémica"** (Foro de Davos, 2012). Sin embargo se refería al sistema financiero, cuando en realidad hay un sistema-mundo, al decir de Wallerstein, que se encuentra en profunda crisis, o lo que es lo mismo: las finanzas son solo una parte del problema.

13 Husson, M.: "¿Crisis de las finanzas o crisis del capitalismo", en http://hussonet.free.fr/denknesp.pdf (Recuperado en febrero de 2012).

LA OTRA PARTE DEL PROBLEMA

¿Qué tiene en común la crisis financiera, con el cambio climático, las revueltas en los estados árabes, el aumento en el precio de los alimentos, los reclamos de miles de jóvenes acampadas en Madrid o Nueva York, o el aumento de consumo de ansiolíticos? Probablemente muchas más cosas en común de las que nos imaginamos. Se trata de una serie de hechos concretos que han surgido en los últimos años y que muestran una serie de respuestas respecto a un mundo que está mutando y cuya dirección de cambio dependerá de las capacidades propositivas de las actuales generaciones.

El **cambio climático** sea quizá uno de los asuntos de mayor preocupación, causa y efecto en ese "sistema – mundo" en transformación. Así como la tragedia de Fukushima ha abierto los ojos de muchos para cuestionar los planes nucleares y reactivar las inversiones en energías renovables, las tragedias socioeconómicas –unidas a la movilización social- deberían provocar cambios en ciertas instituciones económicas y políticas. Pero veamos estos asuntos con más detenimiento, concentrándonos en las tres crisis que confluyen en el sistema: crisis financiera (vista anteriormente), crisis energética y crisis alimentaria, con sus mutuas implicaciones.

La **crisis energética** es la consecuencia de un modelo de desarrollo basado en la explotación de las fuentes energéticas no renovables, a su vez producto de una concepción del mundo -también en crisis- según la cual el crecimiento económico conlleva bienestar y ello ha fomentado la depredación del medio por parte del ser humano. Las ciencias (en su discurso más cientificista y positivista) se encargarán de encontrar soluciones a los problemas que obstaculicen ese crecimiento. La confianza ciega en el progreso comienza a ser cuestionada por las elaboraciones del Club de Roma y su informe sobre "los límites del crecimiento" (1972). Aunque desde hace algunas décadas tomamos conciencia acerca de la imposibilidad de crecer ilimitadamente en un mundo limitado y desde 1979 la comunidad científica adopta el término de "calentamiento global", lo cierto es que este fenómeno sigue en aumento poniendo en jaque la seguridad alimentaria y el acceso al agua potable por parte de la mayoría de la población en el mundo. En los últimos años, esta crisis ecológica y de las fuentes energéticas se ha recrudecido además por las propias tendencias especulativas de la economía. Recordemos que en 2007 el precio del barril del petróleo por primera vez alcanza el valor de U$S 100 y llega a trepar hasta U$S 147 para bajar por efecto de la ley de oferta y demanda junto a la recesión económica de 2008. Esto provoca que productores y productoras de todo el mundo se movilizaran por los efectos. de estos precios en la producción de bienes incluido los alimentos que utilizan medios de producción en base a combustibles fósiles.

¿Sabías que...

Según la FAO, para el caso de los Estados Unidos, se indica que los alimentos que componen la dieta diaria de cada habitante recorren más de 8 mil kilómetros en promedio antes de llegar a su mesa?

La **crisis alimentaria** es también un producto de estas tendencias. La maximización de ganancias que persigue el capital especulativo lleva a que se haya invertido mucho dinero en las bolsas (sobre todo de Nueva York, Londres y Chicago, que influyen directamente en los precios de las *commodities*[14] de todo

14 La traducción de commoditie es mercancía, pero en este contexto es más acertado por traducir por "materías primas".

el mundo) apuntalando el negocio de los alimentos, considerado una inversión segura ya que la gente debe comer. También conduce a un aumento de la inversión directa acumulando tierras productivas o con amplias reservas de agua, desplazando de esta manera a millones de familias productoras del medio rural.

La volatilidad bursátil y la especulación con bienes tan fundamentales como son los alimentos se realiza mediante refinados mecanismos que un Informe del *Institute for Agriculture and Trade Policy* describe de la siguiente manera: "Para evitar los reglamentos de especulación, el cabildeo[15] neoliberal propuso una exención en las reglas para permitir que las instituciones financieras pudieran vender y revender los contratos de futuros por medio de contratos de intercambio (Swaps), como si fueran pólizas de seguros. Además, en vez de "apostar" en tal o cual materia prima, algunas casas financieras confeccionaron unos fondos de índice de materias primas para diversificar riesgos de precio /…/ En vez de comprar o vender los contratos según la oferta y demanda de una materia prima, los fondos compraron o vendieron una mezcla de materias primas, calculadas según una fórmula matemática patentada"[16].

Al igual que con la burbuja inmobiliaria, la enorme inyección de dólares para la especulación en materias primas derivó en una inflación de los precios que colapsó. Cuando ello sucede los Bancos no pueden responder por falta de reservas siendo rescatados por los fondos públicos.

Quisiéramos poner énfasis en que el aumento de estos precios se debe a la especulación (como sucedió con la crisis financiera), pero también al cambio climático (que genera pérdida de productividad en las cosechas), a la producción de biocombustibles (cuya generación requiere muchas hectáreas de tierra, lo cual presiona al alza el precio de los alimentos), al aumento en el precio de los insumos y del petróleo (que a su vez son resultado de los procesos especulativos y de la crisis energética), interrelacionando los diversos componentes sistémicos, a tal punto que **es difícil establecer a ciencia cierta qué es causa o qué es consecuencia en esta compleja dinámica.**

Nos basta saber, sin embargo, que un modelo de hacer economía ya está encontrando sus límites y que otro modelo debe reemplazarlo urgentemente. Es necesario que ese nuevo modelo se inspire en valores más elevados, como explicaremos en el siguiente capítulo.

15 Conjunto de acciones emprendidas por lobbies para orientar las políticas.
16 Suppan, S.: "Especulación en las bolsas de materias primas. Riesgos a la seguridad alimentaria y a la agricultura", IATP, Diciembre de 2008.

Capítulo II
¿Es posible otra economía? El caso de las economías solidarias

Crisis económica, crisis social y ambiental, desempleo creciente, objetivos del milenio incumplidos por el aumento de la pobreza en el mundo, pérdida de referencias culturales. Los signos de los tiempos que nos tocan vivir parecen no ser alentadores. Sin embargo la historia no es unilineal: junto a las grandes tendencias se pueden observar siempre tendencias alternativas, toda cultura hegemónica genera contraculturas, las sociedades presentan siempre una gran capacidad de resistencia que abrigan notas de esperanza aún en los contextos más agobiantes. Como dice Marcos Arruda *ni el capitalismo es la única forma viable de organización, ni la globalización capitalista la única fórmula a la que podemos aspirar* En el plano económico, podemos observar cómo frente a los modelos de desarrollo imperantes, basados en una lectura extremadamente individualista, materialista y liberal del comportamiento humano, se han ido gestando pequeñas experiencias que demuestran en los hechos cómo **es posible hacer economía en base a valores como la solidaridad, la equidad, la justicia, la cooperación, la participación y el cuidado del medio ambiente.**

Es así que desde hace ya varios años se viene divulgando en el mundo de las ideas y las prácticas económicas alternativas, el concepto de *economía de la solidaridad o economía solidaria* para dar cuenta de las numerosas experiencias de hacer economía (en sus diversas fases de producción, distribución, consumo y acumulación) que se caracterizan por movilizar recursos, factores, relaciones económicas y valores alternativos a los que hegemonizan en nuestros mercados, **poniendo al ser humano y sus necesidades como prioridad.**

Al tratarse de experiencias que pretenden manejarse con criterios alternativos en alguna de las cuatro fases de la economía, necesariamente estamos frente a realidades muy diversificadas de propuestas, por ejemplo: cooperativas, grupos asociativos y empresas recuperadas, talleres autogestionados, comunidades de trabajo, experiencias de comercio justo y comunitario, de ahorro ético, de producción ecológica y sostenible, de consumo responsable, de tecnologías alternativas, etc.

DIMENSIONES DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA

Debemos reconocer tres grandes dimensiones de la economía solidaria:

- Es un movimiento que propone una visión alternativa y constructiva sobre el concepto de desarrollo y el comportamiento económico.

Algunas características de una empresa de economía solidaria:

- **Democracia: las decisiones se toman en conjunto.**
- **Equidad: los derechos y deberes se distribuyen equitativamente entre los socios y socias.**
- **Justicia distributiva: los propios socios y socias definen los criterios de distribución procurando una remuneración y distribución de ganancias lo más justas posibles.**
- **Cuidado del medio ambiente: criterios ecológicos guían los objetivos de la empresa.**
- **Producción de satisfactores: se produce un bien o servicio que sirva a las verdaderas necesidades humanas, evitando el consumismo.**

- Es un nuevo paradigma para pensar y teorizar en términos económicos.
- Es un conjunto de prácticas económicas surgidas de las comunidades humanas que se distinguen tanto de la economía capitalista como de la economía estatal.

Una característica relevante del movimiento de la economía solidaria en todo el mundo, es el movilizarse para cambiar el sentido que actualmente vienen teniendo los procesos económicos generadores de tanta pobreza, inequidades, desempleo y deterioro medioambiental. Frente a ese panorama descrito en el capítulo anterior, lo que propone la economía solidaria es un **modelo de desarrollo distinto**, basado en experiencias comunitarias donde se destaquen los valores de la solidaridad, de la ayuda mutua, de la equidad, de la participación y del respeto por el medio ambiente.

En síntesis, se puede decir que la economía solidaria se caracteriza por demostrar en los hechos que es posible (y necesario) incorporar la solidaridad como elemento vertebral de nuestros comportamientos económicos. Es así que las organizaciones de la economía solidaria presentes en el Foro Social Mundial, logran traducir su lema "Otro Mundo es Posible" por el más concreto "Otra Economía es Posible".

Una segunda característica de la economía solidaria es que constituye un **sector específico de la economía** distinto al privado empresarial y público capitalista.

Desde este punto de vista, la economía de la solidaridad se entronca con otro concepto muy divulgado en Europa a partir de las elaboraciones francófonas: **la economía social**. Aunque pueden existir matices, y la discusión sobre la definición sigue abierta, el Consejo Valón de Economía Social (CWES – Bélgica) en 1990 define los componentes básicos: "la economía social se compone de actividades económicas ejercidas por sociedades, principalmente cooperativas, mutualidades y asociaciones cuya ética se traduce en los **principios** siguientes:

1. Finalidad de servicio a los miembros o a la colectividad antes que al beneficio.
2. Autonomía en la gestión.
3. Procesos de decisión democrática.
4. Primacía de las personas y de trabajo sobre el capital en el reparto de los beneficios"[17].

En el Sur, por su parte, las corrientes impulsoras del cooperativismo y de las mutuales adoptan no solo las mismas prácticas europeas (las primeras cooperativas y mutuales son fundadas por las corrientes migratorias) sino que además, adoptan la misma terminología del viejo continente.

17 Cfr. Ciriec: *Economía Social y empleo en Europa*, Madrid, Ciriec España, 2000.

Organizaciones económicas populares

Sin embargo, algo comienza a cambiar en los años ochenta. Por una parte, el movimiento cooperativo comienza a dar signos de estancamiento no sólo en lo estrictamente productivo, sino además en el mensaje alternativo que siempre le caracterizó en materia socioeconómica. A la crisis de cierto cooperativismo tradicional, además, debemos sumarle la emergencia de nuevos movimientos y experiencias sociales surgidas desde los sectores populares, donde se comienza a percibir una centralidad insoslayable tanto de cierto discurso contra hegemónico en materia socioeconómica, como de instrumentos concretos de cooperación, ayuda mutua y reciprocidad. Luis Razeto junto a su equipo de trabajo del PET[18] de Chile denomina a este fenómeno "Organizaciones Económicas Populares" (OEPs.), y son el antecedente de lo que luego él mismo denominaría experiencias de "economía de la solidaridad". Veamos cuáles eran entonces sus características:

- Las OEPs. son iniciativas surgidas en ambientes populares, tanto del medio urbano como del medio rural.
- Son experiencias asociativas, muchas veces de carácter familiar, vecinal o funcional, que se proponen alcanzar objetivos comunes, a partir de los cuáles crean sus propias estrategias para enfrentar un conjunto de carencias. Lo distintivo es que por lo general satisfacen no solo necesidades individuales, sino también sociales.
- Enfrentan las carencias con sus propios recursos, movilizando energías de la propia sociedad civil. Aún así, se trata de experiencias muchas veces apoyadas por terceras instituciones.
- Son iniciativas que implican relaciones y valores solidarios, que se proponen ser participativas, democráticas, autogestionarias y autónomas.
- Finalmente, son experiencias que desarrollan un discurso y una práctica alternativa respecto del sistema dominante, elaborando respuestas integrales[19].

Tenemos entonces que el concepto de Organizaciones Económicas Populares, sirvió para catapultar luego el concepto de Economía Solidaria en el continente latinoamericano. No puede llamar la atención en ese sentido, que mucha literatura de la época, e incluso de los últimos años, manejara el concepto de "**Economía Popular Solidaria**".

Llegado a este punto conviene precisar algunos asuntos, que si bien en principio pueden resultar en una mayor complejidad del panorama, seguramente contribuirán finalmente a un mejor recorte de los comportamientos económicos que nos interesa rescatar.

La primera precisión es que **no toda economía popular puede ser considerada economía solidaria**: numerosas experiencias de sobrevivencia entre los sectores populares, lejos de practicar valores solidarios se basan en mecanismos y racionalidades ajenas a las que se promueven desde nuestro paradigma. Nos re-

18 Programa Economía del Trabajo

19 Cfr. Razeto, L. Et al: *Las Organizaciones Económicas Populares 1973 – 1990*", Santiago, PET, tercera edición ampliada, 1990.

ferimos a distintas salidas de tipo individualistas, delictivas o inmorales. Esta primera precisión nos servirá para rechazar cierta literatura romántica e ideológica que encuentra loable y positivo todo lo que proviene de las capas populares. Desde nuestro punto de vista, la economía popular se canaliza en buena parte en economías solidarias, pero en otra parte en salidas no solidarias. Allí asoma como primer desafío conducir las salidas individualistas a salidas de corte comunitario entre esos sectores[20].

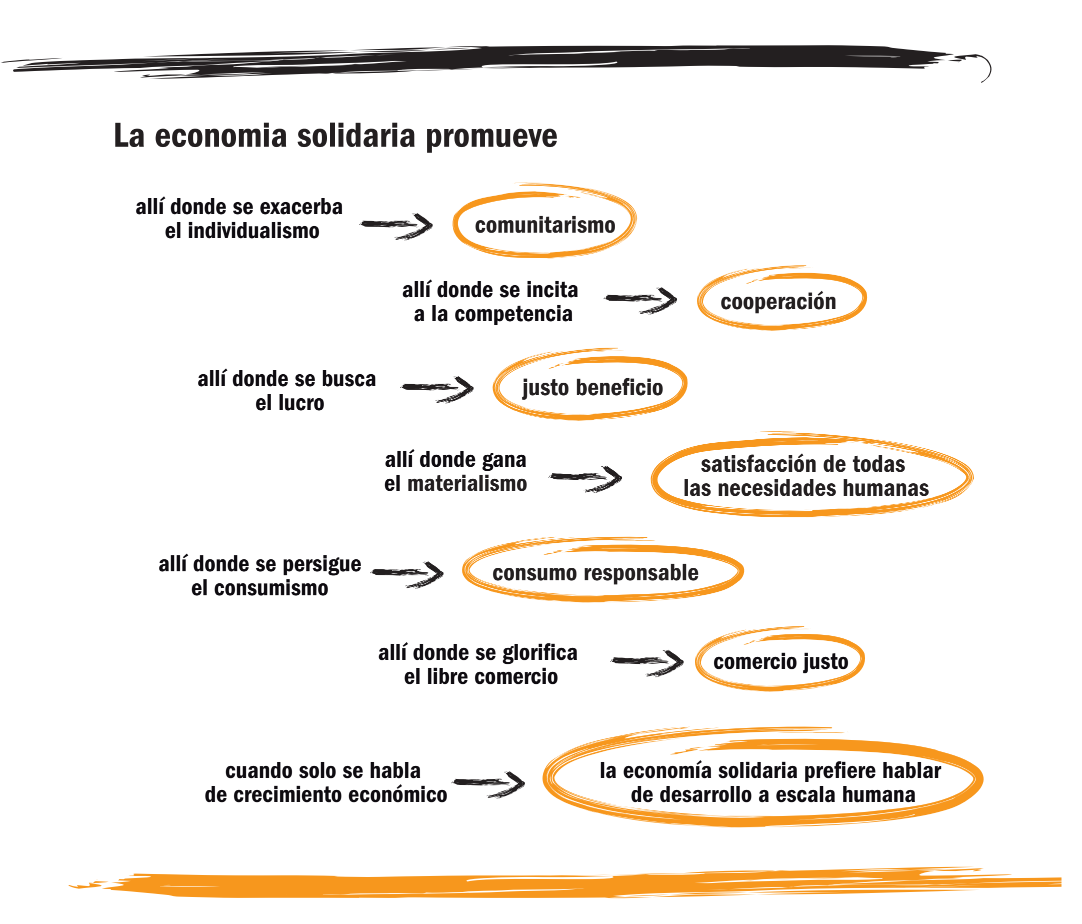
Una segunda precisión, es que **no todas las experiencias de economías solidarias surgen y se desarrollan en ambientes populares**, entendiendo en este caso lo popular como un recorte en la estructura social: una parte de las experiencias solidarias se originan en otros contextos socioeconómicos, menos apremiados por las necesidades materiales, y por lo tanto muchas veces con un mayor margen para apostar por ciertos cambios de valores en la puesta en práctica de numerosas experiencias económicas. De esta manera, la economía solidaria también se explica por el cambio de valores económicos en el contexto de lo que Inglehart denomina "valores post materialistas".

Una tercera precisión es de carácter más académico: **la existencia de un rico entramado social solidario** entre las capas populares y culturas autóctonas de los países africanos y latinoamericanos, **no es algo de reciente descubrimiento**, sino que ha sido objeto de estudio desde hace un buen tiempo por parte de las ciencias sociales. Numerosas investigaciones vienen a confirmar la presencia de relaciones de reciprocidad y solidaridad que se expresan en términos e "instituciones sociales" también muy autóctonas y arraigadas en la cultura de nuestros pueblos. El concepto del "**Sumak Kawsay**" (traducido como "buen vivir" y recientemente incorporado en la Constitución de Ecuador), de onda raíz en las culturas andinas, es un buen ejemplo en la materia.

En cuarto lugar digamos que si bien el concepto de economía de la solidaridad es reciente, y de cuño latinoamericano, sus **prácticas hunden raíces en los mismísimos orígenes de la especie humana.** Lejos del principio del *homo oeconomicus*[21], según el cual seríamos por naturaleza egoístas e individualistas, lo que muestra la historia (y prehistoria) de la humanidad, es que sin solidaridad no hubiera sido posible sobrevivir como especie. Estudios clásicos de la antropología económica subrayan en ese sentido, que los valores solidarios, encarnados por ejemplo en la reciprocidad, la redistribución, las donaciones o incluso mecanismos de economía doméstica, fueron básicos para entender la forma en que hacíamos economía, hasta que con la modernidad, comienzan a primar otros valores (o antivalores) como el afán de lucro, el individualismo, la concentración de riquezas, etc., más propias de la economía de mercado.

La economía solidaria, por lo tanto, reúne a las diversas experiencias de hacer economía en todas sus etapas (producción, distribución, consumo y ahorro) que se caracterizan por vertebrarse en torno a la solidaridad como valor supremo. La solidaridad (del latin *solidum*) a su vez debe entenderse en un doble sentido: en primer lugar como todo aquello que hacemos en conjunto con otros, dando

20 Otros desafíos que surgen en materia de economía popular pueden verse en Guerra, P. (coord): *Haciendo la calle*, Montevideo, Nordan, 2000.
21 Bien llamado por Hinkelammert "sujeto billetera". Cfr. Hinkelammert, F.: *El grito del sujeto*, Costa Rica. DEI, 1998.



lugar a la asociatividad; y en segundo lugar, como todo comportamiento que tenga en cuenta el bienestar de un tercero. Desde este punto de vista, son emprendimientos solidarios tanto aquellos de carácter asociativo (una cooperativa, una asociación de productores/as, una comunidad de trabajo), como aquellos que se organizan no para beneficio propio, sino orientados por el bien común o el bien de algún sector desfavorecido de la sociedad (una Tienda de Comercio Justo, un Banco ético, etc.).

La economía solidaria es mucho más que la reunión de determinadas experiencias. Pretende ser en tal sentido, una corriente crítica de la forma y los valores que imperan hoy en nuestros mercados. Allí donde se exacerba el individualismo, la economía solidaria promueve el comunitarismo; allí donde se incita a la competencia, la economía solidaria promueve la cooperación; allí donde se busca el lucro, la economía solidaria promueve un justo beneficio; allí donde gana el materialismo, la economía solidaria promueve la satisfacción de todas las necesidades humanas; allí donde se persigue el consumismo, la economía solidaria promueve el consumo responsable; allí donde se glorifica el libre comercio, la economía solidaria propone el comercio justo; en fin, cuando solo se habla

de crecimiento económico, la economía solidaria prefiere hablar de desarrollo a escala humana.

LA PERTINENCIA DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA EN UN CONTEXTO DE EMERGENCIA SOCIAL

Podemos decir que hay dos fuentes en los orígenes de las experiencias de economía solidaria en todo el mundo. Por un lado, básicamente en los contextos donde priman los valores post-materialistas, las iniciativas surgen en un contexto de crisis de un modelo de desarrollo que pretende vincular el crecimiento económico con la felicidad de la gente. Craso error si tenemos en cuenta que algunas de las ciudades más ricas del mundo, son ciudades críticas desde el punto de vista de la seguridad, del cuidado del medio ambiente, de los lazos comunitarios y de la vida familiar. Muchas veces la riqueza material no es acompañada de verdadero bienestar. Es así que en los últimos años han surgido muchas **iniciativas guiadas por valores alternativos**, que pretenden superar este concepto de desarrollo, **poniendo el acento en fórmulas económicas más amigables con la comunidad y con el medioambiente.** En Italia, por ejemplo, quienes participan de la economía solidaria utilizan la voz "*l´altra economía*" (la otra economía) donde incluyen básicamente el comercio justo y solidario, las finanzas éticas, la agricultura biológica, el consumo crítico, el turismo responsable, experiencias de reciclaje de materiales, con energía renovable, intercambios no monetarios, sistemas de software libre, etc[22].

Por otra parte, en América Latina y África, los orígenes de las prácticas de economía solidaria son distintos. Nacen como vimos antes, básicamente en ambientes populares, y las iniciativas muchas veces se originan no tanto como una alternativa guiada por el deseo de cambiar la forma de hacer economía de nuestras sociedades, sino fundamentalmente como una **estrategia de sobrevivencia** a veces promovidas por las propias comunidades, otras veces promovidas desde organizaciones sociales. Es así que la mayoría de las cooperativas de producción en algunos países latinoamericanos nacen como fruto de la crisis de una empresa, ahí está el caso de las empresas recuperadas en los últimos años. Es así además que numerosas experiencias de relieve como las que expondremos luego, surgen en el marco de proyectos de desarrollo local promovidos por organizaciones de la sociedad civil[23]. Esto no quiere decir que los valores alternativos no estén presentes en los sujetos involucrados. De hecho, existen numerosas experiencias notables donde el asociacionismo comienza siendo un mero recurso de sobrevivencia, pero donde la propia dinámica socioeconómica termina por situar determinados valores, no solo como medios sino también como fines en sí mismos.

LA ECONOMÍA SOLIDARIA Y SU ORGANIZACIÓN EN REDES

Una de las características de la economía solidaria como movimiento social es la búsqueda de un trabajo en red que permita **ganar** no solo en términos de **eficiencia económica y** gremial sino además de **identidad** frente a las otras formas de hacer economía.

Es así que en los últimos años se han creado numerosas redes locales, nacionales, regionales e incluso internacionales para fortalecer el movimiento. Veamos que ocurre en los tres continentes donde focalizaremos el análisis de casos:

Latinoamérica

Entre las redes nacionales destaca por su alto nivel de organización y movilización el Foro Brasilero de Economía Solidaria (FBES), un espacio promovido desde la sociedad civil donde convergen emprendimientos productivos, organizaciones de promoción y gestores públicos (agentes del gobierno). En su Carta de Principios podemos leer como primera presentación lo siguiente:

> *"La economía solidaria resurge hoy como rescate de la lucha histórica de los trabajadores, como defensa contra la explotación del trabajo humano y como alternativa al modo capitalista de organizar las relaciones sociales de los seres humanos entre sí y de estos con la naturaleza".*[24]

En otros países como Argentina, Bolivia, Chile, Ecuador, México, Perú y Uruguay las redes integran solamente a actores de la sociedad civil, aunque en la mayoría de los casos existe un diálogo frecuente con el sistema político. Finalmente, algunos países como Colombia o Venezuela, además de la mayoría de los países centroamericanos, presentan varias organizaciones de promoción de las economías solidarias aunque no han construido aún una única coordinación o red nacional.

A nivel supranacional en materia de redes latinoamericanas podemos distinguir aquellas que toman como núcleo básicamente a actores de la economía real (organizaciones productoras y comercializadoras) y aquellas que integran organizaciones de todo tipo (incluidas organizaciones de promoción). Entre las primeras destacan la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo (CLAC), integrada por 300 organizaciones fundamentalmente cooperativas que venden parte de su producción en el marco del comercio justo, así como el capítulo latinoamericano de la Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO). También podemos citar el caso de la Red Latinoamericana de Comercialización Comunitaria (RELACC), la Red Latinoamericana de Tiendas de Economía Solidaria y Comercio Justo (ELAT) y la Confederación Latinoamericana de Cooperativas y Mutuales de Trabajadores (COLACOT). Entre las segundas encontramos a la Red Intercontinental de Economía Social y Solidaria (RIPESS LA) y el Espacio Mercosur Solidario (EMS). En 2009 casi todas éstas crearon un espacio denominado Encuentro Inter Redes, con el propósito de coordinar agendas y avanzar aún más en la consolidación de un movimiento latinoamericanista de economía solidaria más cohesionado.

África

En África también ha operado un proceso de organización nacional a nivel de redes, aunque

22 Cfr. "Cosa è l´altra economia", Comune di Roma, agosto de 2004.
23 En los últimos años también podemos incluir una oleada de emprendimientos creados al amparo de políticas públicas para el fomento del sector, sobre todo propiciando la activación económica en contextos de pobreza y vulnerabilidad.

24 FBES: "Carta de Principios", en http://www.fbes.org.br/index.php?option=com_content&task=view&id=63&Itemid=60. Acceso el 17 de mayo de 2010.

con un menor dinamismo y muchas veces promovidos por proyectos de cooperación internacional. El Foro Social Mundial, con importantes reuniones internacionales, ha contribuido a la conformación del Foro Social Africano. También la Red Intercontinental de Promoción de la Economía Social y Solidaria (RIPESS) cuenta con su red continental africana: RAESS, con presencia en Benin, Burkina Faso, Camerún, República Democrática del Congo, Costa de Marfil, Gabón, Mauricio, Malí, Níger, Senegal, Togo, Túnez, Argelia, Marruecos. La WFTO mientras tanto cuenta con su capítulo africano: COFTA, integrada por 70 organizaciones de 20 países.

Europa

En setiembre 2011 tuvo lugar en Barcelona el Congreso Fundacional de RIPESS Europa, el capítulo europeo de la Red Intercontinental de Promoción de la Economía Social y Solidaria.

Destaca en el continente el trabajo conjunto en redes como la asociación de importadoras EFTA (Asociación Europea de Comercio Justo), y el capítulo europeo de WFTO (organización Mundial de comercio Justo).

En el caso de España, país donde nos hemos detenido para mostrar algunos casos prácticos, destaca la existencia de la Red de redes de Economía Alternativa y solidaria (REAS), que cuenta con redes en cada comunidad autónoma y la coordinadora Estatal de Comercio Justo (CECJ), que aúna todas las entidades que trabajan activamente en el movimiento de comercio justo.

También existe un importante dinamismo de organizaciones nacionales y supranacionales en Norteamérica y Asia. En todos los casos, la organización en redes ha permitido una mayor visibilidad del movimiento y mayores oportunidades para la incidencia pública o incluso para el acceso a mayores oportunidades comerciales (los casos de las Ferias de Economía Solidaria en Uruguay y Brasil son un ejemplo).

Los impostergables desafíos políticos de la economía solidaria por lo tanto dependen en buena parte de la capacidad de organización, de tejidos en red, de sumar colectivos por parte de las experiencias alternativas. Como veremos a continuación, las posibilidades de hacer replicar o multiplicar los efectos positivos de ciertas experiencias dependerán de circunstancias políticas que difícilmente se consigan sin articulación e intercooperación.

Capítulo III
Análisis de experiencias

NOTAS SOBRE LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

El propósito de la información recogida y procesada para la elaboración de esta publicación no es mostrar un balance cuantitativo de las experiencias que se divulgan, sino introducir al lector y lectora sobre sus características generales y los Impactos percibidos por los actores acerca de sus experiencias. Con este fin, un equipo de diversas personas provenientes de diferentes continentes han participado en el contacto con organizaciones y recolección de información y Testimonios.

El Foro Social Mundial de Dakar en 2011 fue el punto de partida en el cual SETEM y la persona contratada en Senegal contactaron 8 experiencias de economía solidaria en África, 5 en América Latina y 3 en el estado español, a efectos de mostrar bajo la modalidad de un muestreo teórico las potencialidades y logros de cada una de ellas. Para su selección se tomaron en cuenta el trabajo en diferentes sectores económicos, diversos ámbitos socioculturales de desarrollo y diferentes grados de estructuración organizacional. El equipo de SETEM elaboró dos cuestionarios para la recolección de la información en África: uno dirigido a recabar datos de la organización y valoración de impacto, y otro dirigido a participantes, solicitando la opinión y percepción sobre su organización y el trabajo en el marco del comercio justo y la economía solidaria. En la mayoría de los casos europeos y latinoamericanos, el procedimiento de recolección de la información fue diferente. Habida cuenta de algunos problemas vinculados al proceso de recolección de la información en 2011, un nuevo consultor se integró en el equipo y las fuentes fueron nuevamente contactadas en 2012. Es así que en vez de aplicarse los formularios, el mecanismo consistió en tomar contacto con referentes de las organizaciones y solicitarles alguna información sobre los casos (incluyendo documentación y Testimonios), que fueron luego complementados con análisis de documentación y lectura de los sitios webs oficiales de dichas organizaciones.

Después de un proceso de ampliación y validación de la información, por común acuerdo entre el consultor y el equipo técnico de SETEM, se seleccionaron los casos que finalmente se exponen en esta publicación, cinco por cada región.

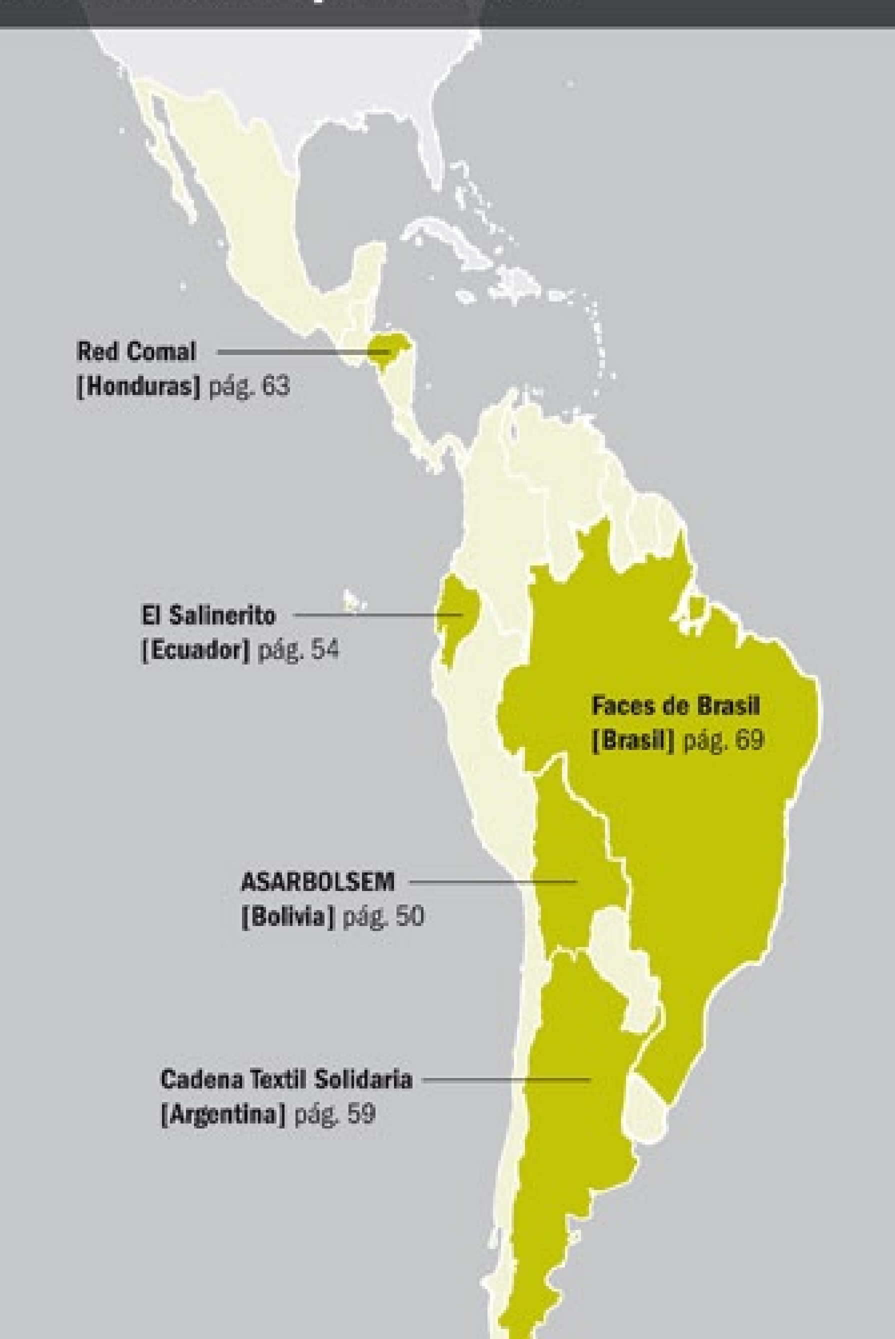
Notas metodológicas: 1. los casos que corresponden a África y América Latina comienzan con una breve presentación de los respectivos países donde se desarrollan los emprendimientos. La fuente de información estadística para estos países corresponde a la Guía del Tercer Mundo[25] y sitios webs de organismos multilaterales[26]. 2. La descripción de las características de los emprendimientos toma como fuente la documentación recibida por SETEM y los sitios webs oficiales de las respectivas organizaciones.

---

25 Cfr. www.guiadelmundo.org.uy

26 Cfr. Webs del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (www.undp.org), Organización Internacional del Trabajo (www.ilo.org), Comisión Económica Para América Latina y El Caribe (www. Eclac.org) y Banco Mundial (www.bancomundial.org).

Mapa índice de las experiencias



Flare pág. 85
Red Social Koopera pág. 81
Landare pág. 74
Som Energia pág. 78
IDEAS pág. 89

RESOPP
[Senegal] pág. 46
Las cocinas colectivas de Malí
[Mali] pág. 30
Le Gafreh
[Burkina Faso] pág. 34
[Senegal]
[Benin]
[Burkina
Faso]
[Camerún]
[Congo]
Fonds
Afrique
pág. 38
Gone Rural
[Swazilandia] pág. 42

[África]

Las cocinas colectivas de Malí

Woïyo Kondeye: Espacio de reflexión y ayuda mutua entre mujeres



Cifras clave

- ✔ **62** mujeres se benefician de las cocinas colectivas de Mali
- ✔ **90** cocineras de comedores escolares aprenden a hacer platos más sanos y equilibrados
- ✔ **1879** alumnos/as mejoran su nutrición en los comedores escolares

La República de Malí cuenta con una población de algo más de 15 millones de personas en una superficie de 1.220.190 Km^2. Su situación alimentaria es deficitaria, debiendo importar unas 125 millones de toneladas de cereales por año (datos correspondientes al año 2000). Algunos de los problemas recabados in situ son la degradación del poder adquisitivo de la población; la poca diversidad de la alimentación que deriva en malnutrición crónica y aguda del 30 % de la población infantil (0 a 5 años), ligada al aporte insuficiente de proteínas; los problemas derivados de la carencia en yodo; la anemia causada por insuficiente hierro y falta de vitamina C. La esperanza de vida al nacer es de 52 años y la mortalidad infantil es de 142 por mil. El analfabetismo alcanza al 60% de la población y aumenta al 77% entre las mujeres.

En este contexto se crea hace 15 años la ONG Woïyo Kondeye (WK), que significa “espacio de reflexión y de ayuda mutua entre las mujeres” en lengua Songhai, partiendo de la constatación de que las mujeres de Malí viven marginadas en todos los niveles de la sociedad.

WK apoya las acciones de las mujeres y sus comunidades para la mejora de sus condiciones de vida y su dignidad. Contribuye al acceso de las mujeres a la información y a una buena formación, asegurando a la vez su implicación en la vida activa de la sociedad.

Este proyecto se basa en el concepto de cocina colectiva y en la valorización de los productos locales con el objetivo de reducir la malnutrición y sus consecuencias y permitir a las mujeres de los lugares más pobres asumir la responsabilidad de la nutrición de sus familias.

¿Que son las cocinas colectivas de Malí?

Es un grupo de embarazadas y de madres de niños y niñas de 6 meses a 5 años, que, acompañadas por una persona formada en nutrición, ponen en común su tiempo, su dinero, sus productos y sus conocimientos para confeccionar platos sanos, nutritivos, variados, económicos, fáciles de conservar y hechos a partir de productos locales.

Todo esto se hace con placer, ilusión y respeto, según comentan sus participantes, compartiendo y ayudándose mutuamente. Una vez vuelven a casa tienen a su alcance alimentos nutritivos, sanos y preparados para ser consumidos.

Las actividades realizadas en estas cocinas colectivas están destinadas a ser una transferencia de conocimientos, cuyo objetivo es la autonomía de los grupos de mujeres. Las cocinas colectivas están destinadas a las madres de familia que tienen la preocupación o el interés por conocer mejor los alimentos locales, sus transformaciones, la higiene y el ahorro para alimentar mejor a sus familias y aumentar la seguridad alimentaria de sus hogares.

La valorización de los productos locales

Las actividades de las cocinas colectivas se basan en la preparación y la transformación de productos locales, alimentos muy nutritivos. Básicamente son cereales (mijo, sorgo, fonio, arroz, trigo), legumbres (judías, cacahuete, soja), frutos (mangos, plátanos, piñas, papayas) y verduras.

Estos productos son transformados en:

- Alimentos precocidos locales:
  - cuscús de mijo o de arroz acompañado de un paquete de verduras deshidratadas o de hojas ricas en hierro
  - fonio o sorgo pre-cocido acompañado de verduras deshidratadas
  - Djonka precocido (mijo fonio, un cereal muy popular en Malí)
  - Laro precocido (plato muy popular a base de sorgo) acompañado con paquetes de verduras deshidratadas, de “acedera”, de peces secos o ahumados preparados de la manera más higiénica posible
- Frutos secos (mangos, papaya, plátanos, etc.)
- Purés enriquecidos y variados a base de cereales locales, legumbres y productos de cosecha (Nerea, Zira)



Todo esto refuerza y revaloriza las buenas prácticas existentes y promociona el consumo de alimentos locales. La valorización de los productos locales es un factor de implicación de las comunidades en la mejora nutricional de las poblaciones, especialmente las más vulnerables.



De esta manera las cocinas colectivas de Malí contribuyen a la lucha contra la pobreza a través de la creación de puestos de trabajo, en la transformación y el aumento de los ingresos de los productores y productoras locales. Favorecen también la mejora de la salud tanto de sus integrantes, como de su entorno familiar, gracias al consumo de alimentos sanos y nutritivos.

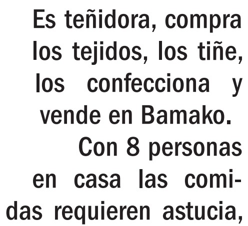
Para la consecución de estos objetivos, la organización ha promovido la creación de COFETPROL, una cooperativa integrada por las mujeres que procesan los alimentos.

¿Cuál es el resultado y el futuro de las cocinas colectivas?

La cocina colectiva ha mejorado considerablemente las costumbres alimentarias, la autoestima de las mujeres y ha producido ingresos a través del servicio de comidas preparadas.



Testimonio de Founé



Foune Diarisso, 54 años, miembro desde 2007.

Es teñidora, compra los tejidos, los tiñe, los confecciona y vende en Bamako. Con 8 personas en casa las comidas requieren astucia, savoir-faire y organización, que es precisamente lo que la cocina colectiva le ha aportado.

«La cocina colectiva me ha aportado muchas cosas como, por ejemplo, ser formada en los valores nutritivos de los alimentos locales. He sido transformadora de productos locales pero no conocía sus valores nutritivos. Ahora he podido mejorar el régimen alimentario de mi familia. También he aprendido nuevas técnicas de transformación, como las hojas verdes y he tenido la suerte de aprender a animar (facilitar) actividades que se dirigen a muchas mujeres.

Hemos mejorado nuestra higiene alimentaria, sobre todo en lo que se refiere a las frutas y verduras crudas así como la higiene corporal (lavado de manos) que no era una práctica corriente. También hemos podido reducir los gastos comprando al por mayor y cocinando en grupo.

¡He salido en la televisión! En el programa "Comer bien". ¡Me sentí muy orgullosa de presentar platos que habíamos preparado y algunas personas que me encuentro por la calle me reconocen!

En la cocina colectiva tenemos la oportunidad de charlar entre nosotras sobre la preparación de los platos y aprendemos muchas cosas. Ahora, cuando salgo de casa sé que tendré un empleo en la cocina colectiva. Además, la cocina colectiva ha contribuido a aumentar mis ingresos, gracias al servicio de platos preparados».



Testimonio de Foutamata

Nueva miembro, 35 años.

Acaba de apuntarse a una cocina colectiva para mejorar la alimentación de su familia. Foutamata lleva un pequeño comercio: la compra, la transformación (molienda de los cereales) y la venta de cereales molidos.

«He aprendido a transformar los cereales y conservarlos. Entendí que lavarse las manos y mantener limpia la cocina es igual de importante».

Gracias a la cocina colectiva ha dejado de utilizar productos químicos no nutritivos y utiliza mucho más los productos locales. Ha mejorado la alimentación y la higiene de su familia.

Impactos

Social

- Reducción de la tasa de malnutrición y de las enfermedades en las familias de las beneficiarias

Económico

- Creación de grupos de transformación de productos locales en pre-cocidos, siropes, confituras...
- Creación de Cooperativa COFETPROL para el procesamiento de los productos
- Creación de puntos de venta de alimentos preparados y transformados

Medioambiental

- Desarrollo del cultivo biológico
- Reducción en el uso de pesticidas
- Organización de jornadas periódicas de salubridad para las mujeres en sus barrios
- Revalorización de los productos locales y de proximidad, generando menor dependencia de alimentos importados

Personal

- Desarrollo socio-económico
- Refuerzo de las capacidades nutritivas e higiénicas
- Mejora de los ingresos
- Ampliación de las relaciones
- Mejora de la consciencia ciudadana participando en eventos nacionales e internacionales
- Mejora de la autoestima, valoración de las capacidades culinarias.

Género

- Solidaridad entre mujeres debido a la creación de un espacio donde compartir y ayudarse mutuamente
- Las mujeres han mejorado sus costumbres alimentarias y las de sus comunidades gracias a los conocimientos adquiridos en nutrición e higiene
- Mejora de los ingresos de las mujeres gracias al servicio de comidas preparadas con productos locales

[África]

Le Gafreh

Centro de reciclaje de bolsas de plástico



Cifras clave

- ✔ **117** organizaciones integradas
- ✔ Más de **5.000** mujeres participando activamente
- ✔ **60** mujeres trabajan en la organización
- ✔ Más de **20** mil kilos de bolsas recicladas por año

La República de Burkina Faso cuenta con una población de algo más de 16 millones de personas en una superficie de 273.600 km^2. Como toda la región, sufre las consecuencias de la desertificación provocada por la falta de lluvias y el inadecuado uso de técnicas de explotación agropecuaria. El PIB per cápita es de US$ 976 y la esperanza de vida al nacer es de 48 años. La mortalidad infantil es de 105 por mil. El analfabetismo alcanza al 77% de la población y aumenta a 87% entre las mujeres. La situación de mayor vulnerabilidad social de la mujer es producto de una sociedad patriarcal que no valora sus aportes en la vida social y económica.

Gafreh: una doble respuesta

En este contexto se crea en 1995 el Grupo de Acción de las Mujeres para el Relanzamiento Económico de Houet (GAFREH) en Bobo Dioulasso, para contribuir a la mejora de las condiciones de vida de las mujeres de la región.

Gafreh se propone revalorizar el lugar de la mujer y tiene como objetivo sensibilizar, agrupar y formar a mujeres para que puedan jugar plenamente su rol en el desarrollo económico de la provincia.

Para favorecer este empoderamiento femenino, Gafreh lleva a cabo acciones en 2 niveles:

- Promoción de la inserción económica de las mujeres para asegurar su autonomía financiera
- Formación de las mujeres en el conocimiento de sus derechos.

En 2002, Haoua Ibouldo, en la actualidad tesorera de Gafreh, tenía unos animales en Bobo Dioulasso para llevar unos pequeños ingresos adicionales a su familia. Cansada de que los animales murieran por la ingestión de bolsas de plástico, unió una problemática tan grave como la de la marginación de las mujeres a la contaminación masiva causada por deshecho sin criterio de las bolsas de plástico usadas, que “decoran” tristemente los árboles, “matan” los suelos, atascan los canales favoreciendo la estancación de las aguas y la propagación de enfermedades como el cólera, el tifus y el paludismo... (Según el Ministerio de Recursos Animales ésta sería la causa del 30% de la mortalidad animal)



Indignada por la cantidad de bolsas de plástico Haoua tuvo la idea de recogerlas y darles valor. Más tarde su proyecto fue objeto de ayudas de la cooperación internacional; esto le permitió comenzar con un equipo de 6 mujeres que, diez años más tarde, aumentarán a diez veces en número, implicadas en las tareas de recogida, lavado, cortado, tejido (telar y punto), ganchillo y costura. Es así que se elaboran unos 80 tipos de artículos diferentes entre los cuales hay bolsos, cestos, monederos, fundas de móviles, pufs, llaveros, sets de mesa, muñecas, etc.

Como integrante de la WFTO[27] Gafreh espera desarrollar sus salidas comerciales integrando los valores de dignidad, remuneración justa y promoción de la mujer, en una lógica de mejora continua de las prácticas y las condiciones de las mujeres.

Este proyecto ha tenido un fuerte impacto positivo sobre uno de los problemas más graves de la región. Por un lado, la reducción de la pobreza, asegurando ingresos estables a las mujeres y chicas jóvenes más desfavorecidas, que son las beneficiarias prioritarias del Centro. Además el proyecto ha permitido la inserción profesional de algunas madres jóvenes, generalmente excluidas, rechazadas por sus familias y consecuentemente, con grandes dificultades para afrontar el futuro.

Evidentemente la lucha contra la contaminación es el segundo impacto del centro. Recogiendo bolsas del paisaje natural y urbano y reciclándolas, las mujeres realizan una contribución al saneamiento y a la lucha contra aquello que el Ministerio del Medio Ambiente de Burkina Fasso denomina “el gran desastre del deshecho de las bolsas de plástico”.

Finalmente, favorece la educación de las mujeres y la promoción de sus derechos gracias a diversas formaciones que propone Gafreh sobre el código de las personas y la familia.

27 Organización Mundial de Comercio Justo (World Fair Trade Organization)

Testimonio de Fatimata Zouré

Fatimata Zouré, 33 años, trabaja desde hace 3 años en el Centro.

«Soy madre de familia, somos seis en casa. Por la mañana realizo las tareas cotidianas de casa antes de venir al Centro. Monto el telar y puedo empezar a trabajar. Tengo dos horas para comer, entre 12h y 14h y vuelvo a casa a las 17h30 para ocuparme de mi familia.

Desde que trabajo en el Centro puedo ayudar a mi marido con las cargas familiares. Nuestro nivel de vida ha aumentado. Gracias a ello puedo comprar pequeños regalos a mis hijos y a mi marido el día de su cumpleaños y participar en las obras sociales.

Gafreh ha aportado mucho a la comunidad. La recogida de bolsas ha permitido sanear la ciudad y luchar contra la contaminación. Además, da empleo a muchas mujeres, lo que permite luchar contra la pobreza.

Mi visión del Comercio Justo es que todo el mundo tiene su parte. En cuanto a la economía solidaria, ésta implica la participación de todos».

Testimonio de Haoua Ibouldo

Directora del Centro

«Gracias al reciclaje las mujeres pueden vivir bien. Se escolariza a los niños y las mujeres van a clases de alfabetización financiadas por el Centro.

Es importante educar a las mujeres para que puedan gestionar sus actividades. No hemos querido contratar a hombres para ocuparse de la gestión, son las mujeres quienes lo hacen. Como los hombres han recibido una mejor educación nos avasallarían.

Gracias a los beneficios obtenidos hemos podido conseguir documentos de identidad para aquellas mujeres que no tenían y comprar bicicletas para aquellas que viven lejos del Centro.

Hoy, nuestro objetivo es aumentar las ventas, hacer sostenible el proyecto y ampliar las actividades para poder ofrecer oportunidades al máximo de mujeres posible.

Queremos que las mujeres ocupen el lugar que les corresponde en la sociedad, luchen por sus derechos y sean mejor valoradas. Es por ello que Gafreh lleva a cabo numerosas campañas de sensibilización.

También hemos querido crear un centro de formación para las mujeres y construir nuestro propio centro de reciclaje, para no tener que pagar alquiler nunca más.

La solidaridad entre mujeres es esencial. Cuando estamos juntas y llevamos a cabo nuestras propias ideas podemos avanzar. Así se empieza a levantar montañas».

Impactos

Personal

- Mejora de los ingresos
- Ampliación de las relaciones
- Mejora de la consciencia ciudadana participando en eventos nacionales e internacionales
- Aumento de la autoestima y empoderamiento.

Medioambiental

- Proceso productivo basado en el reciclado de bolsas de plástico, una de las mayores fuentes de contaminación del país.
- Plantación de un pequeño bosque de anacardos

Social

- El modelo de negocios, que combina dimensiones sociales y económicas, ha permitido reducir la pobreza.

Económico

- Puesta en funcionamiento de programa de microcréditos
- Capacitación micro empresarial a mujeres

Género

- Las mujeres han logrado reconocimiento social
- Capacitación a miles de mujeres en derechos
- Asesorías para regularizar la situación matrimonial de las mujeres (la ausencia de regulación contribuye a su desprotección)
- Aumento en el número de mujeres ocupadas en el emprendimiento
- Mejora de los ingresos de las mujeres gracias al desarrollo adquirido por el emprendimiento.

[África]

Fonds Afrique

Fondos Africanos, iniciativa de finanzas solidarias



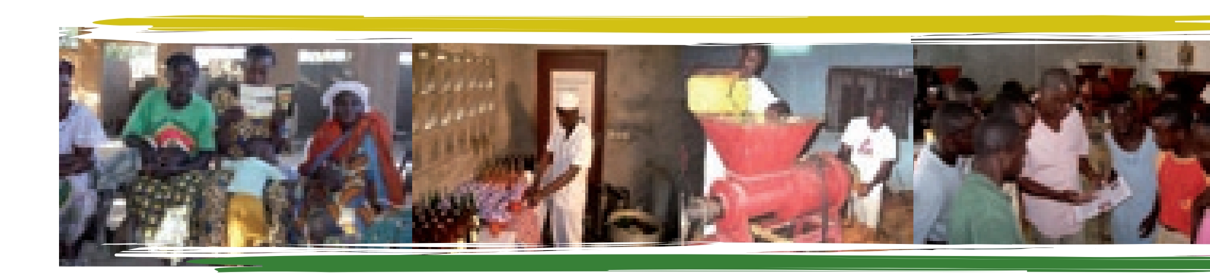
Cifras clave

- ✔ **260 mil euros generados por personas ahorradoras solidarias invertidos en 13 proyectos empresariales.**
- ✔ **4 países africanos participando de los Fondos.**
- ✔ **Entre 50 y 100 empresas acompañadas durante un año.**

Los Fondos Africanos son un buen ejemplo de solidaridad económica internacional entre personas ahorradoras (en este caso franceses) y personas emprendedoras (en este caso africanas). Creados en 2005 por la sociedad cooperativa Garrigue (Francia), trabajan aportando un fondo de capital de riesgo gestionado por la Asociación Tech Dev (con sede en París), dirigido a pequeñas empresas de utilidad social que normalmente no cuentan con posibilidades de financiación bancaria con los sistemas crediticios tradicionales. En 2006 eran 43 las personas socias ahorradoras que lograron formar un capital de 65 mil euros.

El sistema se basa en la presencia de socios institucionales representativos de emprendimientos de utilidad social con sede en algunos países africanos. Estos socios son: Bureau d'appui aux artisans (Bénin); ICDE (Burkina Faso); la Maison de l'Entreprise du Cameroun (Camerún); le Forum des Jeunes Entreprises du Congo (Congo); y Baobab des Saveurs (Senegal).

El particular sistema de inversión consiste en orientar una parte de los ahorros de la cooperativa hacia fondos que privilegien el carácter socialmente útil de los mismos, sin buscar la maximización de beneficios financieros. Las personas socias ahorradoras están informadas del uso que se hará de sus dineros, saben que no están haciendo aportaciones a fondos especulativos y confían en quienes gestionan los fondos para mantener el valor de sus ahorros y así no llegar a pérdidas nominales en el momento de retirar el dinero.



Fondos Africanos invierte en pequeñas empresas de gran utilidad social en su país. Para que una empresa reciba crédito de los Fondos, Debe responder a criterios de economía social y de respeto al medio ambiente. Debe ser de utilidad colectiva (creación de puestos de trabajo y gobierno ético), valorar los recursos naturales locales y vender sus productos prioritariamente en el mercado local y no exclusivamente en exportación.

Si la demanda de financiación de la empresa africana se acepta después de un estudio profundo del comité de riesgos de los Fondos, la sociedad cooperativa Garrigue procede a una inversión de entre 15.000 y 30.000 euros, por una duración de 5 años como mínimo.

Se puede hacer de 2 maneras:

- Aportación minoritaria en capital (inferior al 30% del capital de la empresa), que representa cerca del 20% de la inversión
- Aportación a la cuenta corriente de asociados y asociadas, reembolsable en 2 o 3 años, con un diferido de 12 a 18 meses y un interés medio del 7,5%. Como asociado, Garrigue no pide garantía.

De esta manera la empresa «sostenida», gracias al acompañamiento de Tech Dev, puede llevar a cabo su actividad a pesar de ser autónoma.

En la actualidad se cuenta con el apoyo de más de 150 ahorradores y ahorradoras que han suscrito el Fondo África, y 13 empresas reciben fondos por un total de 260.000 euros.

Testimonio de Cooperativa Cuba Libre (Congo)

Empresa beneficiada por la financiación de Fonds Afrique

Parfait Kissa, fundador de la Cooperativa agrícola Cuba Libre, nace en 1970 en Congo. Realiza los estudios de secundaria y superiores en Cuba y obtiene su diploma en tecnología agroalimentaria en el Instituto Politécnico Idilio.

En 1994 pone en marcha una pequeña unidad informal de transformación agroalimentaria en Brazzaville llamada COPRAC (Conservación de productos agrícolas del Congo), que produce siropes, jugos, confituras y conservas de verduras.

Testimonio de Cooperativa Cuba Libre (Congo)

En 1998 las actividades son interrumpidas por la guerra civil pero recomienzan a pequeña escala 5 años más tarde en la ciudad de Pointe Noire.

En 2005, con la ayuda de un socio congoleño Parfait Kissita crea una cooperativa agrícola llamada Cuba Libre y produce productos como el jugo de jengibre y mezclas de frutas (pasión, mango, etc.)

El objetivo es revalorizar un sector vital para el país, la transformación de las frutas, asegurando unos ingresos mínimos a las y los productores y valorando los excedentes de producción.

Parfait Kissita afirma con convicción su voluntad de contribuir al desarrollo económico y social de su país: *«el Congo importa en gran cantidad productos transformados como los zumos de frutas, provenientes de Asia y de Europa, mientras que las tierras del país son fértiles y propicias a la producción agrícola y que la tasa de paro es muy elevada.*

Consciente de esta paradoja hemos decidido contribuir al fortalecimiento del sector agroalimentario y a la creación de puestos de trabajo a través de la valorización de los productos agrícolas locales.

La transformación de frutas y verduras permite también asegurar ingresos a los productores y aprovechar los excedentes de producción. Las materias primas que utilizamos son naturales, sin colorantes químicos, espesantes ni conservantes, y cultivadas en el Congo».

Parfait Kissita cree en el mercado potencial de su empresa y tiene ambiciones.

Para responder a su necesidad de financiación se dirige a los Fondos Africanos. Con su socio JB Itou deciden en 2007 formalizar la empresa y constituirse en SL para poder abrir su capital a Garrigue hasta el 20%, es decir una aportación en capital de 1.906€.

Cuba Libre se beneficiará además de una aportación de 12.204€ en la cuenta corriente asociada, reembolsable en 36 meses con 9 meses de gracia. Esta financiación solidaria ha permitido a la empresa hacer frente a 4 desafíos importantes: la comercialización, la tecnología, las compras y la higiene alimentaria.

En cuanto al aspecto comercial, antes de la obtención del crédito, Cuba Libre tenía un problema grave de fondos de explotación que le impedía funcionar normalmente, generando a menudo rupturas de stock y dañando la imagen de la empresa.

A nivel tecnológico Cuba Libre pudo mejorar la calidad de sus productos gracias a la adquisición de un PH neutro y de un motor térmico, acoplado al molino, por ser autónomo en energía y no sufrir los cortes de corriente.

En lo relativo a las compras, gracias a los consejos del Foro de Jóvenes Empresas del Congo, puso en marcha una cooperativa de compras de productos agrícolas para garantizar una producción continua.

Finalmente en cuanto a la higiene alimentaria, Cuba Libre hizo gracias al crédito un taller de producción moderno, con las normas de higiene de la industria alimentaria, sanitarios, un almacén y una oficina.

De momento la empresa está funcionando muy bien y su éxito tendrá un valor de ejemplo. Como dice Kissita *«las instituciones de micro-finanzas del Congo no pueden responder a las necesidades de una sociedad como la nuestra... En el Congo el paso de artesano en Sociedad limitada es muy difícil. Si gracias a los Fondos Áfricanos este sueño pudiera ser realidad estaríamos encantados. Esperamos que nuestra experiencia pueda beneficiar a otros empresarios».*

Impactos

Social
- La población accede a servicios financieros antes inexistentes
- Se realiza un seguimiento del impacto social respecto a cada empresa interviniente
- Se apoya empresas de utilidad social

Económico
- 260 mil euros invertidos en pequeñas empresas de 4 países diferentes
- Creación de empleos basados en materias primas locales y en mecanismos locales de comercialización

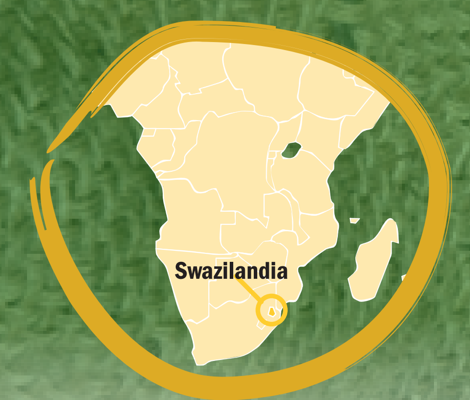
Personal
- Proyectos personales y asociativos logran su concreción por medio de los créditos
- Personas ahorradoras canalizan sus ahorros con perspectiva ética

Medioambiental
- Las variables ambientales forman parte del análisis crediticio
- Tev Dech acompaña especialmente a los emprendimientos en la mejora de los Impactos ambientales

[África]

Gone Rural

Ingresos estables para mujeres artesanas de Swazilandia



Cifras clave

- ✔ **760** mujeres artesanas reciben ingresos regularmente
- ✔ **30%** de los beneficios se redistribuyen entre los socios y socias
- ✔ **30%** de los beneficios se canalizan a la ONG para programas educativos y de salud.

Umbuso wakaNgwane o Swazilandia en orden a la etnia swazi mayoritaria (83%) es un pequeño Estado de 17.200 Km² y cerca de 1 millón de habitantes. Tradicionalmente exportador de minerales, también produce alimentos a pesar de los problemas de erosión provocados por el sobrepastoreo y la escasez de agua potable. El PIB per cápita es de US$ 4.500 a pesar de lo cual existe un alto índice de mortalidad infantil (101 por mil) y una esperanza de vida al nacer de apenas 38 años, consecuencia entre otras razones de la pandemia de SIDA que hace de éste, uno de los países con mayores índices de población portadora de VIH (18%).

Nacimiento de Gone Rural

En este contexto se crea en 1992 Gone Rural, una empresa fundada con el objetivo de asegurar ingresos estables a las mujeres de las comunidades rurales del país. Lo que comenzó como un pequeño proyecto implicando una treintena de mujeres ha tomado una envergadura internacional, dando trabajo a 760 mujeres y distribuyendo sus productos en todo el mundo.

Gone Rural pertenece a WFTO desde 2006 y se inscribe en una lógica de sostenibilidad, asegurando una utilización responsable de los recursos naturales. Todas las materias primas utilizadas son naturales, reutilizables o reciclables.

La «lutindzi» es una hierba fibrosa que crece en las rocas de las montañas. Con un gusto agrio y una textura dura la hierba no es atractiva para los rebaños. Cosechada en enero, las raíces quedan intactas, asegurando el crecimiento del año siguiente.

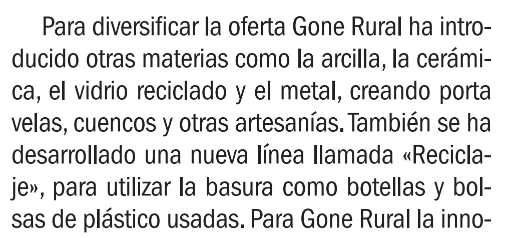
El «sisal» es una mala hierba "invasora", recogida durante todo el año y que se regenera ella misma cuando el ciclo de crecimiento es completo.

Las mujeres recogen estas hierbas, las guardan en su casa y las venden durante el año en Gone Rural, donde serán tintadas y secadas. Gone Rural visita cada 3 semanas estos grupos de mujeres trabajadoras para comprobar la calidad.

Se paga a las mujeres por trabajo realizado y ellas mismas definen el número de productos que se comprometen a hacer hasta la próxima visita. En función de los pedidos a las que se comprometen se les atribuye la cantidad de paja teñida necesaria para la producción y el diseño de los productos. Este funcionamiento permite a las mujeres trabajar en casa y mantener su modo de vida tradicional, aún teniendo ingresos. Son libres de ocuparse de sus niños y niñas y a menudo hacen un trabajo complementario con la agricultura de subsistencia.



Los productos fabricados a partir de las pajas teñidas son básicamente cestas, objetos de decoración, o sets de mesa, todos ellos de muy buena calidad, con gran sentido de la estética y siguiendo las tendencias actuales, según expresan los documentos institucionales.



Para diversificar la oferta Gone Rural ha introducido otras materias como la arcilla, la cerámica, el vidrio reciclado y el metal, creando porta velas, cuencos y otras artesanías. También se ha desarrollado una nueva línea llamada «Reciclaje», para utilizar la basura como botellas y bolsas de plástico usadas. Para Gone Rural la innovación y el diseño son esenciales para mantener el dinamismo en la colección de productos.

Así, cuando se crea un nuevo producto se forma un grupo de mujeres que después serán las formadoras para todas las mujeres de los talleres.

Desarrollo comunitario

En 2006 la empresa crea una asociación sin áni-mo de lucro, "Gone Rural boMake", para apoyar a las mujeres y sus comunidades en el terreno de la educación, de la salud y de las necesidades sociales.

Mientras que Gone Rural genera ingresos para las mujeres, la asociación completa este trabajo llevando a cabo programas de mejora del bienestar de las beneficiarias y del respeto a los derechos de las mujeres: sensibilización y cuidados respecto al SIDA, becas escolares, hi-

giene y saneamiento, empoderamiento de las mujeres y desarrollo comunitario.

Gone Rural boMake participa también en la transformación de grupos de productoras en cooperativas que permitirá llevar a cabo actividades de microfinanzas, ofreciendo servicios de ahorro y microcréditos a las mujeres.

El modelo de gestión empresarial

Además del esfuerzo en contribuir al desarrollo económico y social de las comunidades, lo que hace de Gone Rural una empresa atípica es la participación de todas en el éxito: una tercera parte de los beneficios se aportan a la asociación para programas de salud y educación de las mujeres y sus familias.

Otra tercera parte se reparte entre las trabajadoras para cubrir gastos de transporte y ofrecer préstamos. La tercera parte restante se utiliza para desarrollar la empresa.

Las mujeres están representadas en la oficina de las artesanas donde se deciden las estrategias y las políticas, asegurando su participación activa en la toma de decisiones, incluyendo la construcción de precios. Los márgenes se fijan de manera participativa, por ejemplo para una cesta el margen será del 51% y el de un set de mesa del 47%.

Además de producir ingresos estables para las mujeres, las evoluciones de las poblaciones en donde trabaja Gone Rural son notables: escuelas, tiendas, clínicas y microempresas como venta de ropa de segunda mano o de productos cocinados han florecido alrededor de los grupos de artesanas.

El empoderamiento de las mujeres es sin duda un factor de desarrollo. Para animar a las mujeres a tomar en mano su futuro Gone Rural ha organizado en los últimos años instancias de formación en estas materias.



Testimonio de Mónica

Mónica Shongwe, trabajadora desde 1999

Nacida en Sudáfrica, se estableció en Swazilandia por su matrimonio. Ella y las otras dos esposas de su marido, desempleado, llevan adelante a sus 25 niños y niñas por cuenta propia.

Además de trabajar en la confección de artesanías, Mónica atiende los fines de semana la tienda de GoneRural.

El trabajo en GoneRural le permitió conocer otras mujeres con quienes ahorra en común para comprar a granel arroz y aceite. Además, trabaja en una pequeña huerta donde cosecha verduras.

Gone Rural es el único ingreso de Mónica. "*Estoy muy feliz con mi trabajo, ya que me da libertad y protección, algo que no tenía cuando trabajaba como sirvienta o en el mercado vendiendo verdura.*"

Impactos

Social

- La comunidad ha visto surgir nuevos emprendimientos y servicios sociales
- Generación de conciencia de trabajo grupal
- Se conservan y mejoran los saberes artesanales
- Fuerte carácter participativo en la propuesta de gestión empresarial

Económico

- Comercialización al exterior de los productos artesanales
- Ahorros por el sistema de compra en conjunto
- Acceso a microcrédito

Personal

- Productoras y operarias logran continuidad en sus tareas
- Mejora en la calidad de vida de las mujeres

Medioambiental

- Los productos manufacturados responden a estándares de sustentabilidad
- Aprovechamiento de plantas no alimentarias, no afectando la seguridad alimentaria de los animales

Género

- Reconocimiento y empoderamiento de las mujeres
- 760 mujeres reciben ingresos regulares por sus tareas

[África]

RESOPP

Unión Cooperativa de la Red de Organizaciones Ganaderas y Campesinas de Senegal



Cifras clave

- ✔ **28** cooperativas socias
- ✔ **35.000** socios/as viviendo del trabajo rural y articulados de forma cooperativa
- ✔ **48%** son mujeres

La República de Senegal cuenta con una población de algo más de 13 millones de personas en una superficie de 196.720 Km^2. Con aproximadamente solo el 12% de sus tierras arables, y padeciendo fenómenos de sequía y desertificación el país necesita importar cereales para alimentar a su población. La esperanza de vida al nacer es de 57 años y la mortalidad infantil es de 137 por mil. El analfabetismo alcanza al 61% de la población y aumenta al 71% entre las mujeres.

En Senegal las cooperativas se han desarrollado en el sector agrícola bajo una fuerte tutela del Estado durante el período 1960-1980, en el contexto de un modelo colectivista. En consecuencia las poblaciones percibían a las cooperativas como instrumentos del Estado planificador más que como una herramienta de desarrollo a su servicio.

Las dificultades económicas sin embargo, llevan a un cambio de rumbo y a una retirada del Estado respecto a su rol en la economía. Estos hechos afectan la supervivencia de muchas cooperativas, aunque algunas logran continuidad ahora con mayor autonomía respecto al Estado. Actualmente Senegal cuenta con unas 4000 cooperativas y un total de 2 millones de personas miembro. En un documento reciente de Política Nacional de Desarrollo Cooperativo del Senegal el gobierno afirma su voluntad de promover la emergencia de empresas cooperativas, convencido de que éstas y otras expresiones de la economía social y solidaria son las herramientas privilegiadas para la creación de riqueza, lucha contra la pobreza y la exclusión social.

Las características de RESOPP

La unión de las cooperativas de la RESOPP demuestra cómo la herramienta cooperativista puede sostener el desarrollo económico del mundo rural.Creadas en 2002 y establecidas legalmente a partir de 2008, persiguen el objetivo de mejorar la calidad de vida del campesinado y personas encargadas del pastoreo, organizados cooperativamente.

RESOPP está formada por 28 cooperativas, de las cuales 6 son las que polarizan las organizaciones de base a nivel de las comunidades rurales. El número de asociados y asociadas es variable de una cooperativa a otra, yendo de 2.500 a 8.000 personas.

A día 1 de enero 2011 RESOPP cuenta con 35.000 personas asociadas.

Las cooperativas rurales de la RESOPP tienen como objetivo facilitar a sus integrantes el acceso a las materias primas, al equipamiento, a las infraestructuras de almacenaje y de transformación, a los servicios de comercialización y al apoyo técnico a todos los niveles. Disponen de unos fondos de funcionamiento para la producción y la comercialización, que les permite ofrecer productos a crédito a la base social y comercializar sus excedentes de producción en el momento oportuno.

Se trata pues de apoyar de manera integrada las filiales de cereales, agrícolas y de producción animal.

RESOPP y el desarrollo local

En cada población que pertenece al sistema Resopp la cooperativa dispone de una sección rural con el objetivo de asegurar servicios de proximidad a su base social y de facilitar su participación en la gestión. La sección rural es la célula base de una cooperativa. Tiene una estructura democrática de participación comunitaria que agrupa el conjunto de asociados y asociadas residentes en el ámbito del pueblo o de un grupo de pueblos.

Las secciones también son la base de las actividades de educación y de promoción de la cooperativa. Son las encargadas de las actividades específicas en ciertos sectores como son el otorgamiento de créditos, el ahorro, la gestión de las semillas, la producción y la comercialización de nuevos productos, la gestión de programas de equipamientos colectivos y de la organización femenina del pueblo.



RESOPP y el desarrollo con equidad

La Dynamique Féminine es el lugar de expresión de las mujeres de la RESOPP. Contaba hasta el 2010 con 17.000 socias, constituyendo el 48% del total de la base social. Están, además, equitativamente representadas en todas las instancias del sistema.

El RESOPP permite a las mujeres gestionar actividades generadoras de ingresos individuales dentro de la economía familiar (pequeña ganadería, avicultura, pequeño comercio...) o actividades colectivas (gestión de batidoras, molinos, y unidades de transformación). El apoyo a las cooperativas a través de la financiación de la actividad económica y el refuerzo de las capacidades tienen su eje en el desarrollo de un empresariado femenino significativo en zonas rurales, siguiendo la lógica del auto-empoderamiento.

La "dinámica femenina" asegura la cohesión y la solidaridad de las mujeres miembros del RESOPP, favorece la apropiación de la institución por ellas y su implicación en los órganos de

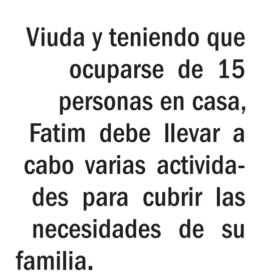
dirección (Asambleas Generales y Consejos de Administración).

Finanzas solidarias

Ante la necesidad de responder a la problemática de acceso a la financiación, la RESOPP ha creado una cooperativa de ahorro y de crédito (COOPEC-RESOPP) en 2007, asegurando todos los servicios de microfinanzas a los socios y socias de sus cooperativas miembro. De esta manera COOPEC-RESOPP tiene una sucursal en cada cooperativa.

La COOPEC asegura la financiación de campañas agrícolas de pequeños productores y productoras, de las actividades generadoras de ingresos de las mujeres de la Dynamique Femenine, de la realización de inversiones por parte de individuos o colectivos en la ganadería, la transformación y la comercialización de productos diversos. Por último, apoya la financiación de operaciones de aprovisionamiento y de comercialización de las mismas cooperativas.





Fatim Diop, 65 años, miembro de la Cooperativa Rural de Pambal

Viuda y teniendo que ocuparse de 15 personas en casa, Fatim debe llevar a cabo varias actividades para cubrir las necesidades de su familia.

«Hago "embouche" (engorde de ganado) y pequeño comercio. Cuando es la época vendo mangos y transformo cacahuetes en aceite. Con el grupo de mujeres de mi poblado gestionamos un molino para hacer harina de cacahuete, de mijo o de maíz. La gestión la lleva concretamente un Comité y un molinero.

Cada día una mujer diferente acompaña al molinero para medir las cantidades a moler y recibir el pago de las personas que vienen a moler sus cereales.

RESOPP es quien ha puesto el molino en marcha para nosotras. Al principio se trataba de un crédito, pero todas las mujeres del pueblo pagaron para que el molino fuera nuestro, cosa que es ahora.

Mucha gente de otros pueblos lejanos viene para moler sus cereales en nuestro molino.

Desde que pertenezco a la cooperativa he mejorado mis actividades ya que he podido pedir un crédito a COOPEC. Pude comprar al principio unas ovejas y mangos y no me ha ido mal.

De hecho solo una vez he tenido problemas para devolver el préstamo: cuando murió mi marido.

De todas maneras opino que los límites del crédito que nos dan no son suficientes como para llevar a cabo grandes actividades.

La cooperativa es un buen sistema, pero el otorgamiento de créditos es lento. Creo que si has ido pagando bien deberías poder obtener otro crédito rápidamente, cosa que no es así actualmente, porque tienes que esperar que tu dosier sea aceptado. Pero es un buen sistema ya que permite a los pobres que no tienen nada el tener alguna cosa».

Impactos

Social

- Generación de lazos de solidaridad entre pequeños productores y productoras, así como campesinado
- Rescate de cooperativas autónomas y contribución al fortalecimiento del movimiento cooperativo
- Creación de un centro de formación cooperativa
- Carácter fuertemente participativo de la organización cooperativa

Económico

- Mejora de los ingresos de los productores y productoras
- Creación de infraestructura productiva
- Acceso al crédito mediante la cooperativa
  - Mejora de las capacidades de producción y comercialización

Personal

- Mejora de los ingresos
- Ampliación de las relaciones
- Mejora de la autoestima.

Medioambiental

- Contribución al mejoramiento de las infraestructuras hidráulicas
- Distribución geográfica que asegura diversidad productiva

Género

- La experiencia cuenta con un espacio específico para el desarrollo desde una perspectiva de género ("Dynamique Féminine")
- Las socias representan casi la mitad de la masa social.

[América Latina]

ASARBOLSEM

Asociación Artesanal Boliviana Señor de Mayo



Cifras clave

- ✔ **315** son los trabajadores y trabajadoras asociados a Asarbolsem
- ✔ **80%** son mujeres
- ✔ **300** dólares fue su primera venta al extranjero
- ✔ **2 millones** de dólares es el monto de la facturación anual

La República de Bolivia es un país con unos 10 millones de habitantes distribuidos en una superficie de 1.098.580 Kms^2. Es el único país del continente latinoamericano sin costa, comprendiendo su territorio tres zonas bien marcadas: el altiplano, de gran riqueza mineral y donde se concentra la mayoría de la población; los valles con clima subtropical donde se produce café, cacao, coca, plátanos y caña de azúcar entre otros productos del trópico; y los llanos donde se practica la ganadería y agricultura, además de la explotación de hidrocarburos.

Más allá de la riqueza de su territorio, Bolivia es uno de los países más pobres del continente. El 23% de la población vive con menos de 1 U$S por día (2002), en tanto la mortalidad infantil es de 64 por mil.

A este cuadro social se le suma una historia plagada de explotación y revueltas que han desgastado su debilitado sistema político. Después de distintos gobiernos con diferentes orientaciones y de regímenes militares, la década de los noventa se caracteriza por la aplicación de políticas neoliberales, fuertemente resistidas por las organizaciones sociales e indígenas. Fruto de estas resistencias en 2005 gana las elecciones presidenciales un dirigente cocacolero, Evo Morales, primer mandatorio de origen indígena en un país donde la mayoría (57%) son quechuas y aymaras.

Sus orígenes y evolución

En este contexto se crea en 1989 una organización de artesanos y artesanas que bajo el liderazgo de Antonia Rodríguez logra reunir a productores y productoras de la ciudad de El Alto (La Paz) así como de otras comunidades rurales de la zona andina. Al principio eran 62 las mujeres de 6 pequeños grupos de El Alto. Si bien uno de los objetivos era salir de la pobreza mediante un trabajo digno, el proyecto inicial contemplaba hacerlo a través de estrategias comunitarias y participativas. De esta manera Asarbolsem se propone desde sus inicios “lograr consolidar una Empresa Social de estructura administrativa autogestionaria que logre ser económicamente viable, socialmente aceptada y ecológicamente sostenible; a partir de inversiones individuales, grupales y comunales, unimos nuestros esfuerzos para la nivelación y perfeccionamiento de calidad y capacidad productiva destinada a satisfacer la demanda de nuestros productos cumpliendo las exigencias del mercado local e internacional”.



Con anterioridad a su fundación Antonia Rodríguez había sido contratada por diversas ONGs para capacitar a grupos productivos. Sin embargo, todos ellos luego carecían de estrategias de comercialización y caían en las trampas de la pobreza generadas por los grupos de interés empresarial, incluso de contrabandistas, que pagaban miserias a los productores y productoras. En ese momento Antonia, quien entonces no sabía leer ni escribir, se siente llamada a colaborar con sus iguales para proponerles organizarse y comercializar en conjunto. Para ello debió romper con varios prejuicios, como el hecho de que una mujer indígena pudiera organizar una empresa exitosa. Su primera venta internacional, básicamente de tejidos, fue de 300 dólares a un suizo que acertaba pasar por una plaza y se llevó fotos de sus productos. Años después, gracias al desarrollo del emprendimiento, han logrado concretar ventas por valor de 60 mil dólares. En 1998 la Asociación ingresa a la IFAT, la plataforma de comercio justo a nivel mundial (hoy WFTO) lo que le permite ingresar al circuito comercial del comercio justo en diversos países de Europa, Japón y Norteamérica de los siguientes productos:

- Artesanía Textil.
  - Tejidos manuales en palillo
  - Tejidos en telares andinos tradicionales
  - Textiles en costura y bordado
- Instrumentos musicales (aerófonos andinos en bambú, caña hueca y madera)
- Cerámica decorativa y utilitaria

Asimismo, las técnicas de producción textil, incluyen el tejido a palillo, en telar así como costura y bordado, asegurando la transmisión de técnicas de larga tradición.

ASARBOLSEM se encarga de promocionar y recibir los pedidos, organizar la producción y responsabilizarse de la exportación, para lo cual debió aprender mucho pues sus comienzos fueron vendiendo en la plaza pública. A nivel interno, además, trabajan con proyectos de prevención de la violencia intrafamiliar, así como en igualdad de género.

En la actualidad, la Asociación agrupa a 19 organizaciones, con 315 miembros que trabajan en los diferentes rubros. Con el paso del tiempo, Asarbolsem ha logrado consolidar su masa so-

cial inicial así como abrir posibilidades a otros productores y productoras. El éxito del emprendimiento les ha permitido obtener importantes premios dentro y fuera de frontera.

La Asociación busca maximizar el ingreso de sus integrantes a partir del desarrollo y producción de artículos de tipo artesanal, con la mejor calidad posible, logrando de esta forma acceder con productos diferenciados a mercados internacionales (80%) y nacionales de alto poder adquisitivo (20%)

Modelo de gestión

Su modelo de gestión se basa en una Asamblea de asociados, que en la práctica está conformada por los representantes de los 19 grupos productivos, que en conjunto representan a 315 personas de La Paz, Potosí y Oruro. Dentro de estos 19 grupos, 2 grupos están integrados por personas con discapacidades motrices, con un total de 36 trabajadores y trabajadoras, y un grupo está compuesto por 28 jóvenes en situación de calle. Además, mediante un convenio especial, se sumaron al trabajo en la empresa los reclusos de la cárcel masculina de Chancho Loro (El Alto) y las reclusas de la cárcel femenina Obrajes (La Paz).

La Asamblea (integrada por 4 miembros por cada grupo) elige una comisión directiva de cinco personas a cargo de la gerencia colectiva. Además hay un Directorio Ejecutivo, una Dirección Ejecutiva (unipersonal), una Dirección Operativa (unipersonal), un Equipo de Producción y un Equipo de Comercialización.

Testimonio de Antonia Rodríguez

Fundadora de Asarbolsem[28]

“Cuando me encontré con ellos (los grupos de artesanos), me dijeron que los habían capacitado, pero seguían explotados por los intermediarios y contrabandistas. Es la verdad. No podía hacer nada, porque no sabía cómo leer o escribir ni tenía plata. Sí podíamos unir los esfuerzos. Entre esos grupos tomamos la decisión de fundar la Asociación Artesanal Boliviana Señor de Mayo en 1989. Muchas apostamos para luchar contra la pobreza y alimentar a nuestros hijos. En mi país, por el machismo fuimos explotadas y humilladas; así que dijimos que no sólo vamos a generar ingresos económicos para paliar el hambre, sino que también vamos a buscar la igualdad de derechos de la mujer. ¿Qué podíamos hacer contra tanto machismo en mi país? Nos decían que hablábamos contra los hombres y contra otras mujeres. Decían que éramos mujeres chismosas. ¿Para qué nos reuníamos? Nadie nos daba importancia /…/ Ahora hemos lo-grado conquistar el mercado, fortalecer a las mujeres y ser parte de la administración del Gobierno[2]. Diría que es por las ganas; cuando uno quiere hacer algo, lo hace…”[29]

28 http://es.scribd.com/doc/14979308/RSE-5-Panel-2-Combate-a-la-Pobreza
29 Antonia Rodríguez se refiere a su designación como Ministra de Desarrollo Productivo y Economía Plural en el año 2010. Se mantuvo en el cargo hasta el año 2011.

Impactos

Social
- Productores y productoras en situación de pobreza logran generar un emprendimiento productivo colectivo
- Mujeres y productores y productoras minusválidos logran inclusión social mediante el trabajo
- Sectores de alta vulnerabilidad logran acceder a servicios básicos como salud y educación
- Activa participación en el escenario político y social de Bolivia

Económico
- Creación autogestionada de más de 300 puestos de trabajo
- Exportan el 80% de lo producido, generando divisas por un valor de 2 millones de U$S al año
- Voluntad manifiesta por mejorar los ingresos de las trabajadoras y trabajadores

Personal
- Aumento de la autoestima
- Socias y socios logran mejorar sus capacidades técnicas mediante programas de capacitación

Medioambiental
- Desde 2010 se trabaja en el sistema de gestión sostenible para el comercio justo SFTMS (Standar Fair Trade Monitoring System)

Género
- Mayoría de las personas que integran el proyecto son mujeres
- La experiencia ha promovido lideresas en el escenario político
- Mujeres logran romper con el círculo de machismo y violencia familiar en sus hogares

[América Latina]

El Salinerito

Una experiencia cooperativista y solidaria en Salinas de Bolívar, Ecuador



Cifras clave

- **3.500** socios/as integran la cooperativa de ahorro y crédito
- **220** socios/as integran la cooperativa de productos lácteos que ha hecho famoso la marca "Salinerito"
- **U$S 6.072.000** fue la facturación obtenida en el año 2011.

La República de Ecuador es un país con aproximadamente 14 millones de habitantes distribuidos en una superficie de 283.560 Kms^2. Presenta tres principales regiones naturales: la costa, donde vive la mayoría de la población y se producen los cultivos de exportación (café, cacao, bananas, etc.); la zona de la cordillera de los Andes, con población mayoritariamente nativa donde predominan los cultivos de subsistencia; y la región Amazónica donde las multinacionales concentran la explotación del petróleo generando en los últimos años intensos debates acerca de los límites al modelo económico centrado en el crecimiento a costa de los derechos ambientales.

Aproximadamente el 38% de la población vive en situación de pobreza, porcentaje que aumenta sustancialmente en las áreas rurales (61%). La mortalidad infantil es de 26 por mil y el PBI per cápita se sitúa en U$S 3.900 (datos referentes al año 2004).

Los años noventa fueron el escenario de importantes transformaciones en Ecuador. La aguda crisis económica lleva a la dolarización de la economía, lo que moviliza a importantes sectores sociales entre los cuales está el movimiento indígena reunido en la CONAIE. Los cambios políticos se suceden junto a la movilización social. En este marco se inscribe el triunfo en 2006 del actual Presidente, Ec. Rafael Correa, quien asume el impulso de un modelo económico "social y solidario" que luego será confirmado en la Asamblea Constituyente del año 2007. De esta manera, la actual Constitución de Ecuador incluye conceptos como el Sumak Kawsay ("buen vivir"), la economía popular y solidaria, el comercio justo, las finanzas solidarias y la soberanía alimentaria, entre otros.



Salinas de Bolívar

Salinas de Bolívar es una pequeña localidad ubicada en los Andes ecuatorianos, cuenta aproximadamente con unos 10 mil habitantes. Debe su nombre a la producción de sal mineral yodada que caracterizó al pueblo incluso desde la época de los Incas, cuando los *Tomabelas* –nativos de la zona– organizaban su economía en torno al trueque de la sal. Esta práctica sin embargo comienza a derrumbarse en los años sesenta cuando irrumpe en el mercado la sal marina, sumergiendo la economía local.

El origen y desarrollo de la experiencia

En 1970 el Obispo de la Diócesis convoca a un grupo de voluntarios italianos y sacerdotes salesianos para que promuevan soluciones comunitarias a efectos de hacer frente a los problemas sociales y de pobreza de la zona (un pueblo sin infraestructura, con altísimos índices de analfabetismo y mortandad infantil, etc.). Es así que la primera cooperativa se funda en 1972 con solo 15 personas asociadas.

Misión y valores de la experiencia

La Misión reza de la siguiente manera: "Somos una Corporación de tercer nivel que integra a seis organizaciones locales de servicio social y comunitario. Nuestra entidad representa y coordina el proceso de Economía Solidaria para el buen vivir de las personas.

Hacemos uso de la marca corporativa "Salinerito" para producir y comercializar bienes y servicios de calidad a nivel nacional e internacional".

En cuanto a su Visión: "Ser un gobierno corporativo consolidado que lidera el proceso de desarrollo comunitario y comercial, que promueve las capacidades locales y el traspaso generacional para situarnos como referente de economía solidaria a nivel nacional e internacional".

Son sus principios y valores los siguientes:

- Preocupación y ACCIÓN SOLIDARIA en pro del bienestar de los demás.
- La COMUNICACIÓN como práctica diaria que permite acuerdos, socializar y trasmitir conocimientos.
- Rendición de cuentas e indicadores con TRANSPARENCIA a todo nivel.
- REINVERSIÓN DE EXCEDENTES para el desarrollo social.
- TRABAJO COMUNITARIO y espíritu VOLUNTARIO.
- Labor en RED a todo nivel para el bien común.
- Respeto y valoración a la NATURALEZA.

Todos estos valores, se señala en sus documentos, toman su fuerza e inspiración en la propuesta del Evangelio.



Composición

Hoy la Corporación GRUPPO SALINAS (jurídicamente aprobada el 26 de noviembre del 2006) constituye una instancia que representa los intereses comunes y específicos de un pueblo dispuesto a transitar un camino de desarrollo local comunitario y participativo.

El Gruppo Salinas, como ente corporativo, está integrado por seis miembros que a su vez son organizaciones salineras dedicadas a actividades sociales y productivas:

COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO SALINAS LTDA (COACSAL) Dedicada a las microfinanzas parroquiales, es la más antigua de las organizaciones y punto de partida para la actividad productiva de transformación de lácteos. La COACSAL tiene más de 3.500 socios y socias y ha extendido su servicio con una ventanilla en la parroquia San Luis de Pambil y a la comunidad de Chazojuan.

ASOCIACIÓN "DESARROLLO SOCIAL DE ARTESANOS TEXAL SALINAS" (TEXAL), organización que agrupa mujeres artesanas que trabajan prendas de hilo utilizando lanas naturales (oveja, alpaca, algodón) que son producidos por la Hilandería Salinas. Sus socias reciben servicios como capacitación administrativa y artesanal, micro-financiamiento y espacios de encuentro y reflexión.

FUNDACION DE ORGANIZACIONES CAMPESINAS DE SALINAS (FUNORSAL), es una organización de segundo grado que se encarga de la organización, asistencia técnica y acompañamiento de las comunidades de base de la parroquia. Cuenta con empresas productivas que ayudan a financiar sus actividades organizativas y sociales.

FUNDACION GRUPO JUVENIL SALINAS, entidad creada con la finalidad de asesorar y fomentar la creación de grupos y actividades juveniles en la parroquia. Es el organismo que gestiona las actividades turísticas de Salinas (bajo los principios de un "turismo responsable" para lo cual mantiene un hotel, oficina de turismo y operadora. También dirige la fábrica secadora de hongos y una hacienda forestal.

FUNDACION FAMILIA SALESIANA SALINAS (FFSS), Sus principales acciones se centran en la pastoral y atención a la educación y salud de los niños y jóvenes de la parroquia. Administra y mantiene los hogares juveniles masculino y femenino con el apoyo de empresas productivas como la fábrica de chocolates, de turrones y la fábrica de aceites esenciales, entre otras, que se hallan en fase experimental.

COOPERATIVA DE PRODUCCION AGROPECUARIA "SALINERITO", es la organización cooperativa que administra la fábrica de lácteos "Salinerito" y varias fincas de producción de leche y forestales. Alrededor de 220 familias son socias de la PRODUCOOP, la primera y más exitosa empresa agro-industrial rural.

INDICADORES SIGNIFICATIVOS DE MEJORA DE CALIDAD DE VIDA de acuerdo con la propia valoración de sus impulsores.

- "SALUD: en la Salinas de los años '70 la mortalidad infantil se acercaba al 50 por ciento, La desnutrición quitaba defensas frente a las enfermedades y el único remedio posible era... la resignación.
- VIVIENDA: un puñado de chozas se ha transformado en un bonito complejo de viviendas.
- EDUCACIÓN: las nuevas generaciones se preparan a nivel secundario y superior en distintas Universidades. Está por aprobarse la extensión universitaria de ECONOMIA SOLIDARIA en Salinas y la creación de la UNIDAD EDUCATIVA del MILENIO.
- COMUNICACIÓN: 180 km de carreteras internas unen ahora las 33 comunidades desde el páramo hasta el subtrópico; telefonía fija y móvil alcanza practicamente totalidad del territorio; la RADIO EL SALINERITO 89.9 es la primera emisora comunitaria oficialmente reconocida.
- **TURISMO**: un pueblo abandonado y desconocido se ha convertido en meta deseada para estudiantes, científicos, organizaciones campesinas y turistas en general a raíz de sus impactantes industrias comunitarias y la calidad de los productos ofrecidos. Un paisaje espectacular corona las aspiraciones de los visitantes del país y del mundo".

Testimonio P. Juan Bottasso

"Lo increíble de Salinas es que haya seguido incansable su camino, haciendo posible el despertar de una comunidad aplastada por siglos de aislamiento y explotación, al contactar gente llegada de los cuatro rincones del mundo, con recorridos, credos religiosos, ideas políticas absolutamente diferentes.

Mucha gente en Salinas, o trabajando para Salinas, ha reorientado su vida, ha estrechado lazos de amistad y hasta de parentesco, ha sacado inspiración para dar a sus hijos una visión diferente de la existencia.

Se me antoja que este microcosmos, enclaustrado en un remoto rincón de los Andes, podría prefigurar el mundo que todos soñamos: solidario, tolerante, optimista, capaz de una autocrítica permanente, partiendo desde los últimos".

Impactos

Social

- Liberación de la humillante servidumbre de la Hacienda
- Un pueblo de 10.000 habitantes logra un proceso de desarrollo local en base a relaciones cooperativistas y comunitarias

Económico

- Creación de 197 plazas de trabajo comunitario, que involucran entre dirigentes, personal de planta y productores y productoras de materias primas 1.500 personas
- Generación de facturación anual superior a los U$S 6 millones con una generación de divisas cercanas al U$S 1 millón (total de exportaciones)
- Propuesta de diversificación productiva incluyendo una perspectiva de turismo responsable
- Circuitos económicos que contemplan su propio sistema de financiamiento por medio de una cooperativa de ahorro y crédito

Personal

- El ancestral sentido de inferioridad se ha vuelto "sano orgullo" y fuerte autoestima

Medioambiental

- La naturaleza ha sido ancestralmente un obstáculo para vencer: es ahora un tesoro preciado para mantener y valorar: forestación, cuidado de cuencas hidrográficas, bosques protectores, invernaderos, ipogeos, orquidearios, viveros de plantas nativas y exóticas,...

Género

- El Gruppo asume el valor de la equidad de género

[América Latina]

Cadena Textil Justa y Solidaria

Del Algodón agroecológico a la fábrica recuperada en Argentina



Cifras clave

- ✔ **66%** es la mejora de ingresos económicos de los productores del algodón respecto al comercio convencional
- ✔ **1200** Kg es el rendimiento del algodón ecológico por hectárea
- ✔ **1000** familias involucradas en la producción del algodón

La República de Argentina es un país de casi 40 millones de habitantes con una superficie de 2.736.690 Kms^2. Ubicada en el cono sur del continente americano, presenta condiciones ambientales estupendas para la explotación agrícola y ganadera, lo que la convierte sobre principios del Siglo XX en una de las principales potencias mundiales en la producción de alimentos a lo que se suma sobre mediados de siglo un proceso de industrialización que comienza a desmoronarse con los gobiernos de la dictadura militar (1976 – 1983) y los posteriores gobiernos de orientación neoliberal. El pico de mayor dramatismo ocurre con la severa crisis económica y política de diciembre de 2001, que provoca una multiplicación de la pobreza y desocupación. Sucesivas reacciones populares (asambleas, marchas, ocupaciones) generan cambios de orientación en los gobiernos lo que a su vez trae como consecuencia una paulatina mejora en los indicadores económicos y sociales.

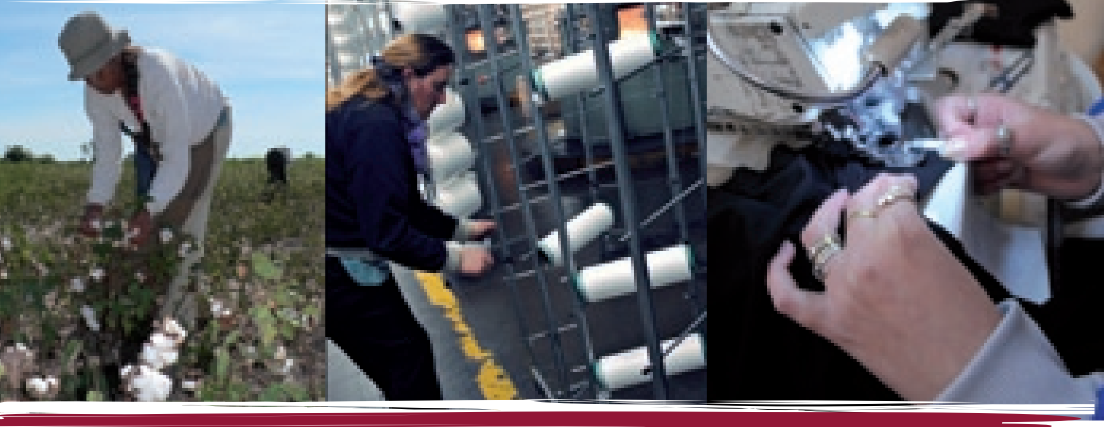
Encadenamiento solidario

En este contexto la organización civil Otro Mercado al Sur se propone en 2003 montar un proyecto que permita un encadenamiento solidario centrado en la producción de algodón ecológico: la Cadena Textil Solidaria (CTS).

Como indican sus fundadores , la CTS es una marca colectiva de textiles agroecológicos de comercio justo, utilizada por un consorcio de empresas de la economía solidaria formado por la Asociación Civil Otro Mercado al Sur, la Cooperativa de Trabajo Textiles Pigüé y la Cooperativa Agroecológica del Litoral. Altromercato Argentina S.A (empresa instalada en Argentina con fondos de Altromercato de Italia y con participación de los anteriores actores) es la encargada de la comercialización de los productos de la cadena.

La cadena se sustenta en tres pilares:

- Producción agroecológica
- Comercio justo y economía solidaria
- Consumo responsable



Estos pilares conforman caminos alternativos para la producción, transformación y consumo, en este caso, del algodón producido por familias campesinas de Chaco y Corrientes y transformado en remeras (camisetas) por obreros de una empresa textil recuperada. Y también es un camino alternativo para la comercialización del algodón, aunque la idea de comercialización, dentro de la CTS, se aleja, cada vez más, del concepto habitual de comprar y vender.

En la práctica, la CTS es un encadenamiento productivo que inicia con la obtención de algodón agroecológico y culmina con la venta en el circuito de comercio justo internacional de camisetas y calzados. En el medio, existe una amplia y cada vez más consolidada red de actores de la economía social y solidaria.

El funcionamiento de la cadena

Desde el año 2005, en que se conformó la CTS, hasta la actual campaña de producción algodonera, los actores han ido cambiando: la articulación es dinámica, el proceso es complejo, variable, y lleno de incertidumbres, lo que obliga a una cuota extra de compromiso.

Los eslabones de la cadena son los siguientes:

Cultivo del algodón:

- Los productores y productoras cultivan el campo y se ocupan de la recolección del algodón, siguiendo las indicaciones del equipo técnico de la Cooperativa Agroecológica del Litoral. Al inicio de la campaña productiva se acuerdan las condiciones de producción y comercialización, así como el precio mínimo que recibirán por la producción.
- La Cooperativa Agroecológica del Litoral, junto a Otro Mercado al Sur coordina las siguientes actividades:
  - Asistencia técnica en el campo durante la fase de siembra, controles y cosecha en el campo
  - Formación a productores y productoras
  - Control de calidad de la fibra
  - Recibe el dinero contado de Altromercato S.A: y paga la fibra contado a cada productor particular perteneciente a los grupos vinculados a la CTS
- Altromercato S.A.:
  - Compra el algodón de los pequeños productores y productoras.

Desmote:

- El algodón es desmotado por la Cooperativa “El triunfo” de Margarita Belén, Chaco.
- La Cooperativa Agroecológica del Litoral transporta el algodón y realiza el control de desmote y el seguimiento del proceso de trazabilidad.
- Altromercato S.A. paga el servicio de desmote y los fletes

Hilado:

- La fibra desmotada se envía a la planta de Tucumán de la empresa TnPlatex. TnPlatex no es un actor de la economía solidaria, es una de las más grandes empresas de hilandería de la Argentina. Altromercato S.A. contrata y paga el servicio de hilado. TnPlatex aseguró la trazabilidad de la fibra a partir de la cosecha 2009. Desde 2011 se ha incorporado la Cooperativa. Hilandería Villa Ángela (Chaco).

Producción y corte del tejido:

- El hilado producido se envía desde el establecimiento de TNPlatex a la Cooperativa Textil Pigüé (empresa recuperada por sus trabajadores en el año 2005[30]). La cooperativa se ocupa del tejido, de la tintura y de la terminación de la tela. Además realiza el corte a partir de los moldes presentados por los clientes.

Confección:

- Parte de la confección de las camisetas la realizan cooperativas ubicadas en el Gran Buenos Aires, Cooperativa Mirando el Futuro, de La Matanza (10 mujeres), Cooperativa Alameda de Buenos Aires (12 integrantes), Taller de la Casa del Niño Arco iris, de illa Elisa, La Plata (4 mujeres). Otro Mercado se ocupa de la formación, del control de calidad y del trasporte.
- La mayor parte de la confección lo realiza directamente en el taller de confección la Cooperativa Textil Pigüé.

Elaboración de accesorios y control de calidad:

- Altromercato Argentina se ocupa de contratar a los proveedores de servicios complementarios (estampa, etiquetas, packaging, trasporte al puerto) y de realizar el control de calidad antes del envío de la producción.

Logística de la producción:

- El envío se realiza vía barco por medio de Altromercato Argentina e importado directamente por CTM Altromercato para Europa.
- Para América las exportaciones son directas de Altromercato Argentina.
- Para el mercado local la comercialización mayorista es coordinada por Altromercato Argentina.

Testimonio de Fernando

Responsable de Producto de la Cadena

“Comencé a trabajar en el proyecto en Julio de 2006 y he tenido la posibilidad de contemplar el crecimiento de la misma desde casi sus inicios en términos operativos.
Laboralmente hablando, he tenido la satisfacción de ver concretados la realización de lo que a simple vista pudo parecer una utopía, pero que se logro con mucho esfuerzo, sacrificio, inversión de tiempo y de recursos para que C.T.S. llegase a funcionar.
Hoy se puede ver como resultado principal, al margen de las cuestiones netamente financieras o de rentabilidad en las que entran en juego un sinnúmeros de factores propios del mercado, una estructura de trabajo dinámica con sustentación propia y considerable proyección de crecimiento. Formar parte de esto, genera mucho gusto, sobre todo porque he tenido la posibilidad de desarrollarme desde lo técnico, crecer en cuanto a capacidad para acompañar los desafíos que iban surgiendo.
Muy vinculado a esto, esta la significación que ha tenido C.T.S. para mí en lo personal. No son muchos los ámbitos laborales donde uno tiene la oportunidad de capacitarse y C.T.S. nos ha brindado a todos los que la componemos esa posibilidad, fundamentalmente a partir de la valoración del individuo...”

30 Las empresas recuperadas son empresas que una vez en quiebra bajo gestión capitalista, pasan a ser controladas y autogestionadas por sus trabajadores, la mayoría de las veces bajo fórmulas cooperativas.

Impactos

Personal
- Ampliación de las relaciones
- Mejora de la auto-estima.

Económico
- Mejora de los ingresos de los productores y productoras
- Generación de divisas mediante la exportación de los productos
- Generación de ingresos para las empresas recuperadas
- Generación de valor agregado en el encadenamiento



Género
- Operarias de empresas recuperadas logran mejora de sus ingresos

Medioambiental
- Toda la cadena se rige por criterios ecológicos.

Social
- Se conservan y promueven los métodos tradicionales en la producción del algodón
- Se promueve el desarrollo local con acento en las culturas autóctonas de la Provincia del Chaco, una de las más pobres de Argentina
- Externalidades positivas resultantes del trabajo de encadenamiento solidario
- Se promueve la autogestión y el involucramiento de empresas recuperadas
- Se promueve el comercio justo sur – sur

[América Latina]

Red Comal

Red de Comercialización Comunitaria y Alternativa, Honduras.



Cifras clave
- ✔ **516** toneladas de caña de azúcar fueron procesadas en 2010.
- ✔ **978.000** dólares de ventas brutas logradas en 2010.
- ✔ **1.041.000** dólares de activos generados en 15 años de labor comunitaria.

La República de Honduras es un país con unos 8 millones de habitantes distribuidos en una superficie de 112.090 Kms². Su territorio mayormente montañoso y selvático alberga en la zona litoral la mayor producción bananera de toda la región. Además, hacia el sur, destacan la producción de café, tabaco y maíz, este último, de fundamental importancia para la cultura alimenticia tanto de la sociedad actual como de las primeras poblaciones mayas. Tras los años ochenta donde los gobiernos de turno convivían con los intereses norteamericanos y se reprimía fuertemente toda movilización social, los noventa se caracterizaron por la apertura económica y las políticas neoliberales. La alicaída economía y los altísimos niveles de pobreza fueron más intensificados aún por el fugaz paso del Huracán Mitch (1998) que dejó solo en este país 14 mil personas muertas y daños materiales por encima de los 5 mil millones de dólares. La sucesión democrática de los gobiernos es cortada abruptamente en 2009 cuando el Presidente Manuel Zelaya es destituido por un golpe de Estado.

Honduras es el tercer país más pobre de América Latina. La mortalidad infantil es de 42 por mil, en tanto el PBI per cápita es de U$S 2876 (datos relativos al año 2004). La pobreza alcanza al 60% de la población (datos relativos al 2011) en tanto la pobreza extrema afecta al 40%.

Justamente en el contexto de unas políticas neoliberales y aperturistas, que implicaron la importación de alimentos subsidiados desde los EUA, generando una gran crisis entre los pequeños productores y productoras, un grupo de organizaciones campesinas, indígenas y artesanas empiezan a reunirse entre 1993 y 1995 concretando la creación de una red de pequeños productores



y productoras. Son los comienzos de la Red de Comercialización Comunitaria Alternativa.

Qué es la Red Comal

La Red Comal es una asociación de organizaciones de pequeños productores y productoras en Honduras. "Comal" en la lengua náhuatl se refiere a un instrumento de cocina tradicional (la mayoría de las veces de cerámica), con forma de plato, donde se suelen cocinar y/o calentar las populares tortillas de maíz.

Está conformada por unas 40 organizaciones afiliadas y aproximadamente 200 grupos comunitarios dedicados a la producción agrícola, agroindustria, gestión de microemprendimientos y tiendas comunitarias para el suministro de alimentos y bienes básicos.

La estructura organizativa de COMAL está conformada por una asamblea de productores y productoras, que son elegidos en Asambleas Regionales, una Junta Directiva, seis Comités Regionales y un Equipo Técnico. La Asamblea Nacional es el órgano político de toma de decisión donde participan representantes de las organizaciones afiliadas a COMAL. La Asamblea Nacional elige a la Junta Directiva cada dos años.

La estructura comercial y solidaria

La Red ha ido construyendo con el paso de los años una organización solidaria que incluye una empresa de comercialización, una escuela de economía solidaria, un conjunto de tiendas, áreas específicas para la mejora del producto e incluso un sugerente sistema de intercambios en base a una moneda propia. Veamos más detenidamente estos componentes:

- La Empresa de Comercialización Alternativa y Solidaria (ECOMAS) es la encargada de la comercialización de los productos campesinos y bienes de consumo básico elaborados por los socios y socias. Cuenta con un sistema de acopio y Unidades Regionales de Mayoreo (URM), además de las tiendas comunitarias. Promueve el comercio con ventas de carpa, ferias y una gran Feria Anual Campesina.



- La Escuela de Economía Solidaria (ECOSOL), busca contribuir a la mejora de la economía campesina mediante un proceso de formación y capacitación. Cuenta con un equipo de educadores y educadoras populares que atienden a la población afiliada en las diferentes regiones de cobertura de la red..
- El Departamento de Desarrollo de Productos (DDP) es la instancia de acompañamiento a la población afiliada en las iniciativas empresariales de desarrollo de productos; en temas de asesoría técnica, empaques y embalajes, trámites legales, imagen comercial de productos, mejora de la calidez del producto y todo el requerido de los productos para el acceso al mercado. Sus áreas de Trabajo son: a) Unidad de Agroindustria, encargada de trabajar conjuntamente con las empresas sociales seleccionadas en el desarrollo de sus productos de carácter industrial desde la fórmula del producto, procesos de producción, normas de calidez e higiene, seguridad laboral, diseño de imagen comercial, empaques y embalajes y dar seguimiento a los trámites legales requeridos por los productos para su comercialización; b) Unidad de Apoyo a la producción Agrícola, acompaña a las y los productores en sus labores agrícolas asesorándoles en sus procesos productivos; capacitando e implementando técnicas de cultivos, uso adecuado de los productos agropecuarios y planes de inversión y c) Unidad de Financiamiento Alternativo, cuenta con una cartera de créditos para el apoyo a la producción agrícola de empresas sociales campesinas. Este financiamiento se brinda por medio del suministro de semilla, insumos y herramientas. Una parte de los créditos se otorga a través de vales llamados Unidades de Intercambio Solidario (UDIS).
- Restaurante La Cocina de COMAL, donde además de ser el lugar donde se venden alimentos, se alquilan salas para eventos y reuniones.
- Tienda Centroamericana, promueve la comercialización de productos solidarios de los diferentes países de la región.
- Centro de Capacitación ECOSOL, el cual cuenta con hospedaje, alimentación y aulas de



trabajo, además de personal capacitado. Se organizan formaciones sobre comercialización, administración y gestión organizativa, entre otras.

- Unidades de Intercambio Solidarios (UNIS). Son vales comunitarios emitidos por la Red Comal para financiar actividades productivas de sus afiliados y afiliadas. Como la mayoría de las monedas sociales, no son convertibles y están además respaldadas en los inventarios y capacidad financiera de la Red. Suelen ser utilizadas para el pago de planillas, la compra de productos a empresas campesinas, el otorgamiento de préstamos para capital de trabajo a empresas y grupos de personas productoras y para el pago de servicios contratados como albañilería.

Las personas, organizaciones o empresas que reciben UDIS pueden usarlos para realizar compras en la Red Comal a través de las tiendas comunitarias afiliadas y las Unidades Regionales de Mayoreo. Sin embargo, muchas personas y negocios en las comunidades también ya aceptan UDIS; por eso los llamamos vales comunitarios.

Productos que comercializa la Red

Algunos de sus productos más reconocidos son la panela granulada ECOCOMAL, producto 100% natural extraída de la caña de azúcar y certificada por Biolatina; el Café ECOCOMAL, producto 100% natural; café orgánico COMUCAP producido por la Cooperativa de Mujeres Campesinas, entre otros.

Los valores que inspiran a la Red

Los y las integrantes de la Red (200 grupos afiliados) han consensuado la siguiente Misión: "La Red Comal es una asociación que integra empresas sociales de productores, productoras y consumidores y consumidoras, que impulsados por la lucha y la dignidad del ser humano, desarrolla procesos de formación, producción, transformación y comercialización bajo los principios de la economía solidaria para la mejora de la calidad de vida de las familias campesinas".

En cuanto a su Visión dicen lo siguiente: "Somos una fuerza integradora, comprometida y consolidada, de organizaciones económicas y sociales, que contribuye a los procesos de transformación en el país y es referente de economía solidaria a nivel nacional e internacional.

Los procesos de formación, producción agroindustrial y comercialización son sostenibles, realizados con calidez, en armonía con la naturaleza y bajo principios de justicia, equidad, solidaridad y respeto al ser humano".

En ese marco los valores en los que se basan son:

1. Valoramos el trabajo y la participación más que el capital.
2. Practicamos la justicia.
3. Respetamos la vida y la naturaleza.
4. Nos comprometemos a mantener la transparencia económica.
5. Unidos y unidas fortalecemos nuestra fe transformadora.
6. Practicamos la honradez y la honestidad.
7. Comercializamos con precio y peso justo.
8. Practicamos la solidaridad.
9. Promovemos la unidad en nuestra organización, reconociendo la diversidad del movimiento social y popular.
10. Practicamos relaciones de equidad de entre hombres y mujeres.

Así entienden a la economía solidaria como la construcción de un modelo que "implica el intercambio de los bienes y productos en red, la unidad de organizaciones y espacios de intercambio de productos y mercancías, el consumo de bienes producidos localmente. Todo lo anterior en respeto y armonía con la naturaleza y las culturas, predominando la cooperación y el bien común ante la competencia, con el fin último, la realización de la persona humana, sobrepuesta por encima de todo aquello que impide su autorrealización".

Testimonio de Faustino

Faustino López, Choluteca, Tienda Comunitaria Nuevo Horizonte

"Economía Solidaria es compartir en todos los aspectos de la vida de la comunidad".

Testimonio de Pablo

Pablo Vázquez, Tienda Comunitaria Estrellas en Acción

"La economía solidaria es donde trabajamos todos para el bienestar de nuestras familias. Donde producimos y cosechamos para el bien de todos. La solidaridad para nosotros es una formación, un aprendizaje".

Testimonio de Cirilo

Cirilo George, Grupo Productor de Caña El Nuevo Despertar

"Si caminamos en solidaridad llegará un tiempo que podamos fabricar, producir y consumir todo lo que necesitamos. Creo que la solidaridad nos llevará a una vida mejor en las comunidades. La economía solidaria nos hace romper barreras que nos están esclavizando".

Impactos

Social

- Desde hace 15 años se trabaja en red para congregar organizaciones de productores y productoras y consumidores y consumidoras orientados por los valores de una economía solidaria
- La formación es un pilar fundamental en la organización, junto a la producción y comercialización: fundación de la escuela ECOSOL
- Integran numerosas redes regionales e internacionales como RELACC.

Económico

- Se promueve la soberanía alimentaria trabajando en los diversos eslabones de la producción de productos como caña, café y maíz entre otros.
- Se montan una serie de tiendas comunitarias para facilitar el vínculo entre productores y consumidores y consumidoras así como un sistema de ferias.
- Las Unidades de Intercambio Solidarios permiten el acceso a semillas, insumos y herramientas.
- 1100 qq vendidos de panela, 6400 libras de café, 5000 qq de granos básicos además de ventas de hortalizas, artesanías, otros productos agroindustriales y servicios (escuela de formación, salas para conferencias y restaurante). Ventas totales por aproximadamente 1 millón de dólares anuales.

Personal

- Se trabajan valores solidarios en un contexto donde la violencia y el mercantilismo intentan imponerse.
- Las familias logran continuar produciendo alimentos en un contexto adverso.

Medioambiental

- Los criterios ecológicos guían la producción: producción de hortalizas orgánicas; sistema de buenas prácticas agrícolas para la caña de azúcar; apoyo para la producción libre de agroquímicos y pesticidas, etc.

Género

- Organizaciones exclusivamente de productoras y artesanas integran la red, favoreciendo el empoderamiento económico de las mujeres.
- Creación de instancias de trabajo en género donde han participado activamente algunas socias

[América Latina]

Faces de Brasil

Plataforma de Organizaciones por un Comercio Justo y Solidario



Cifras clave

- ✔ 1,7 millones de trabajadores y trabajadoras se ocupan en emprendimientos de economía solidaria
- ✔ 100 millones de dólares movilizan anualmente

La República Federativa del Brasil es un país con más de 190 millones de habitantes en una superficie de 8.547.400 Kms². Su enorme territorio comprende al menos 5 regiones bien definidas: la región amazónica, con inmensa riqueza en biodiversidad y yacimientos minerales; el Nordeste con clima semiárido; el Litoral con plantaciones como cacao y café; el Sudeste poblado de grandes urbes; y el sur, la zona más agrícola y ganadera.

A pesar de las políticas desarrollistas practicadas desde la primera parte del siglo XX, el despegue económico como potencia mundial deseado por sus élites mostraba una contracara con las dimensiones sociales desatendidas. Este fenómeno se exacerba con las políticas económicas practicadas durante la dictadura militar (1964–1983), con un aumento notorio de su deuda externa y de los índices de pobreza que el retorno democrático no pudo solucionar. Las intensas movilizaciones sociales caracterizan estos años, generando algunos cambios de orientación política más proclives a las reivindicaciones populares. Es así que en 2001 se elige a Porto Alegre como la capital del Foro Social Mundial (FSM). Un año después el ex obrero metalúrgico y líder sindical Lula da Silva gana las elecciones de la mano del ambicioso programa “Fome Zero” (hambre cero).

El origen de FACES

En este contexto de intensa movilización social se crea en 2001 FACES DO BRASIL, la plata-

forma de articulación nacional del comercio justo y solidario, integrada por un conjunto de organizaciones y asociaciones de productores y productoras, trabajadores y trabajadoras, organizaciones no gubernamentales y gestores gubernamentales. En la actualidad, constituyen el Consejo Político de Faces do Brasil, 20 organizaciones, entre las que figuran las entidades más representativas de la producción solidaria del Brasil (Unisol, Unicafes, ANTEAG, etc.), además de organizaciones como Cáritas, Instituto Marista de la Solidaridad, Visión Mundial, entre otras.

Faces do Brasil tiene la misión de *promover la construcción del comercio justo y solidario, como un instrumento de una economía inclusiva, solidaria y sostenible.*

Actuación

Para cumplir su misión, la plataforma actúa en tres campos:

1) **Articulación política e institucional.** Se trabaja la construcción de políticas públicas y programas, así como la articulación con otros movimientos sociales. Destaca en este sentido la actuación en incidencia política para la creación e implementación del Sistema Nacional de Comercio Justo y Solidario;
2) **Promoción del concepto de comercio justo**, sistematización y producción de conocimiento. Trabajo en proyectos e iniciativas de formación, investigación y comunicación, desarrollados en colaboración con las organizaciones miembros de la plataforma; y
3) **Fortalecimiento de canales de comercialización y de consumo solidarios.** Por ejemplo, en la creación y difusión de metodologías, en el apoyo al desarrollo de nuevas experiencias, en la difusión de buenas prácticas, etc.

Brasil participa hace muchos años del movimiento internacional de comercio justo, haciendo producción y exportación de productos como el café, nueces de anacardo, ropas, artesanías, jugo de naranja, juguetes educativos y cacao, entre otros productos, generando beneficios para grupos productivos que han tenido acceso a un mercado privilegiado, con precio y condiciones más apropiadas.

Desde el año 2000, se inició un proceso de construcción colectiva de estrategias, conceptos y procedimientos, intentando crear una identidad brasileña en el movimiento internacional de Comercio Justo (CJ).

En ese proceso, el movimiento brasileño trató de articular la propuesta y la trayectoria internacional del Comercio Justo, con las demandas, propuestas y trayectorias de los movimientos sociales y populares de Brasil, organizados principalmente para el enfrentamiento de las desigualdades sociales, la precariedad de las relaciones laborales y el desempleo, y por los avances en la construcción democrática del país: entre ellos, los movimientos de la economía solidaria, soberanía alimentaria, agroecología, agricultura familiar y reforma agraria.

Es así que desde FACES se entiende el comercio justo como un instrumento, parte de un proyecto político, con objetivos no solo económicos, sino de construcción de una nueva sociedad y cultura basadas en principios de solidaridad, cooperación, igualdad y democracia.

En consecuencia, el movimiento de CJ en Brasil se ha propuesto los siguientes retos:

- Ampliar la participación, el protagonismo y la autonomía, involucrando al mayor número de personas productoras y trabajadoras;
- Promover la creación de una identidad brasileña, por medio del debate y de la asunción de consensos sobre principios y criterios propios a su realidad y cultura;
- Desarrollar el mercado consumidor nacional, trabajando en la promoción y difusión del concepto, principios, prácticas del Comercio Justo y el consumo responsable, así como en la ampliación del acceso de los consumidores y consumidoras de diferentes clases sociales a los productos del CJ;
- Fortalecer nuevas estrategias para el desarrollo local, por ejemplo a través de la creación de cadenas y redes solidarias, garantizando la transformación y agregación de valor e integrando los diferentes eslabones de la cadena productiva;
- Obtener el reconocimiento de la sociedad, del Estado y la legislación pública a través de la creación de un Sistema Nacional de Comercio Justo y de políticas públicas de apoyo, asesoría técnica, crédito y compras públicas, pautando el Comercio Justo como una herramienta para la promoción social y, en especial, de desarrollo económico integral, inclusivo, sostenible y solidario.



En este contexto, el Comercio Justo pasa a ser llamado en Brasil "Comercio Justo y Solidario". Para el movimiento de Brasil, Comercio Justo y Solidario (CJS) "es el flujo comercial diferenciado, basado en el cumplimiento de criterios de justicia y solidaridad en las relaciones comerciales, que resulte en el protagonismo de los Emprendimientos Económicos Solidarios (EES) por medio de la participación activa y el reconocimiento de su autonomía", destacándose en ese sentido un vínculo conceptual y práctico entre el Comercio Justo y la Economía Solidaria.

Para FACES, esta definición refuerza el significado político del Comercio Justo, como propuesta de transformación social e instrumento para la construcción de un nuevo modelo de desarrollo y de economía, profundamente democrático, incluyente, sostenible, justo y solidario. A través de un intenso proceso participativo, fueron acordados 7 principios rectores:

1. Fortalecer la democracia, la autogestión, el respeto a la libertad de opinión, de organización y de identidad cultural;
2. Garantizar las condiciones justas de producción y trabajo, de agregación de valor, así como el equilibrio y el respeto en las relaciones entre los diversos actores;

3. Apoyar el desarrollo local hacia la sostenibilidad;
4. Respetar el medio ambiente;
5. Respetar los derechos de las mujeres, niños, grupos étnicos y de los trabajadores;
6. Garantizar información a los consumidores, trabajar por la transparencia, el respeto a los derechos de los consumidores y la educación para el consumo responsable;
7. Estimular la integración de todos los eslabones de la cadena productiva".

Ese proceso colectivo, creó la base conceptual del Sistema Nacional de Comercio Justo y Solidario (SCJS, que logra en Noviembre de 2010 la firma del Presidente Lula para instaurarlo como política pública, mediante decreto presidencial).

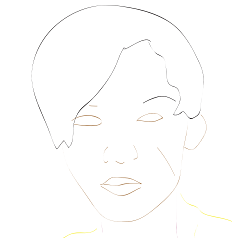
Este sistema público es un conjunto de conceptos, principios, criterios, actores y espacios de gestión y control social, dispuestos en una única estrategia de afirmación y promoción del Comercio Justo y Solidario en el país. El Decreto creó la Comisión Gestora Nacional, compuesto por la sociedad civil (emprendimientos de producción, comercialización y consumo) y el gobierno (tres ministerios del Gobierno Federal).

Testimonio de emprendimientos solidarios capacitados en Comercio Justo:



Lucas Somavilla, Grupo Piscis

"Esta capacitación nos auxiliará en la consolidación de nuestra asociación y en la consolidación de nuestros objetivos, con miras a un desarrollo colectivo y mejor calidad de vida".



Elenita, Coop Afro

"Compartimos conocimiento. Nos enriquecimos mucho. Muchas dudas fueron contestadas. Intentaré llevar al grupo lo que aquí se discutió".



Gladis, Maos Amigas

"Aprendí que está naciendo una nueva historia, la construcción en conjunto del comercio justo. En pocas palabras, un nuevo mundo puede ocurrir para mis hijos y mis nietos, o mejor, para toda la comunidad".

6 Faces do Brasil: "Sistematização e avaliação da metodologia utilizada e do perfil do empreendimentos trabalhados", 2011. La traducción de los textos es del autor.

Impactos

Social

- Se constituye una red representativa de las más importantes organizaciones que trabajan en el área del Comercio Justo.
- Actores de la sociedad civil y del gobierno concuerdan políticas públicas para el fomento del comercio justo y solidario
- Se movilizan productores y productoras y entidades de apoyo para la construcción consensuada de los principios y métodos
- Integración de movimientos sociales
- Se crean sistemas participativos de garantías
- Se potencian mercados locales con visión territorial de desarrollo

Económico

- Emprendimientos colectivos se insertan en una cadena de comercialización
- Se crean redes para mejorar eficiencia económica (ej. mediante compras en conjunto)
- Se crean políticas de compras públicas que mejoran los ingresos de los productores y productoras

Personal

- Ampliación de las relaciones
- Los trabajadores y las trabajadoras logran capacitación específica en Comercio Justo

Medioambiental

- Criterios ecológicos regulan los principios y mecanismos del Sistema Nacional de Comercio Justo y Solidario.

Género

- La equidad de género es uno de los principios que guían el comercio justo y solidario

[Estado español]

Landare

Asociación de Consumidores de Productos Ecológicos



Cifras clave

- ✔ **1500** es el número de socios y socias para el año 2012
- ✔ **294** es el número de socios y socias ingresados en el último año.
- ✔ **2** es el número de Tiendas que ofrecen una amplia variedad de productos ecológicos
- ✔ **3000** productos accesibles a su base social
- ✔ **1.500.000** euros de ventas anuales

LANDARE es una Asociación de Consumidores de Productos Ecológicos, con sede en Pamplona (Navarra). Se constituye en 1992 por un grupo de personas interesadas en una alimentación sana y preocupadas por su entorno, con el propósito de ofrecer a sus socias y socios (actualmente más de 1.500 personas) productos de calidad garantizados a un precio más económico respecto a las tiendas especializadas. También procura fomentar la relación entre las personas interesadas en una mayor calidad de vida y favorecer el desarrollo de la cultura ecológica.

Sus objetivos son:

- Proporcionar a las personas asociadas alimentos y productos ecológicos garantizados que respeten el medio ambiente.
- Contribuir a la consolidación de una red de comercialización de productos agrícolas y ganaderos ecológicos y de comercio justo.
- Fomentar el consumo consciente y responsable.
- Poner en contacto a las personas que producen y a las que consumen

Para fomentar estos objetivos Landare comenzó con la creación de una tienda donde los asociados y asociadas pudieran comprar los productos ecológicos y de la economía solidaria. Esta primera tienda desde entonces ofrece distintas secciones: alimentación, higiene y hogar, libros, zona de reuniones y cocina. El crecimiento de la Asociación ha llevado a la necesidad de contar con nuevos locales: "Aparte del almacén de productos ecológicos, en el nuevo local queremos crear un espacio abierto y próximo donde la gente pueda pasar un rato sin agobios y en un ambiente agradable pensando sobre cómo podemos cambiar este mundo en el que nos ha tocado vivir". Hoy en día son varios los espacios físicos de la Asociación:



- Almacén de 200 m² en el Barrio Rotxapea-Iruña; es el primer local de Landare, donde actualmente trabajan 8 personas
- Almacén Atarrabia-Villava(Población de 7.000 habitantes limítrofe a Iruña) donde actualmente trabajan 3 personas
- Huerta experimental en Berriozar (localidad limítrofe a Iruñea), dentro de un proyecto amplio realizado entre el ayuntamiento, Landare y otra empresa de inserción. El proyecto cede a las y los vecinos, huertas (hasta 100) de 70m², Landare se encarga de la formación de las personas interesadas y la empresa de inserción del trabajo con la tierra.
- Comedor Popular (Herri Jantokia): en colaboración con una sociedad gastronómica de barrio, Sociedad Errota Berri (barrio de Rotxapea) que cede el local de lunes a viernes, de 11 a 17 hs. para dar comidas ecológicas, veganas y macrobióticas a un precio popular (6.5 euros). La experiencia se está llevando adelante en colaboración con 2 agricultores locales. Otras 3 personas trabajan en este espacio.

Participación activa y voluntariado

A efectos de involucrar a la base social en la construcción colectiva del proyecto, Landare decidió que para apoyar y participar más activamente, los socios y socias debían dedicar horas de voluntariado. Por ello, en la actualidad los socios y socias deben realizar dos horas anuales de voluntariado, en caso de que no se realizan se les cobra una cuota extraordinaria de 20 euros.

Estas horas se pueden desarrollar en la propia tienda (ordenando los productos, en tareas de limpieza, poniendo los precios...) colaborando con los trabajadores y trabajadoras de la asociación.

Pero también estos miembros de la asociación pueden desarrollar las horas de voluntariado haciendo talleres relacionados con los objetivos de la asociación, es decir, salud, medioambiente, ecología, consumo consciente y responsable, comida vegetariana o reutilización.

Obviamente, como cualquier otra asociación, cuenta en sus estatutos con los mecanismos habituales de participación (Asambleas, Junta Directiva) así como diversas comisiones de trabajo.

Más que una comercializadora

Landare es más que una asociación de personas consumidoras preocupadas por su alimentación. Las dimensiones sociales del proyecto y el ánimo de cambiar el mundo desde las pequeñas transformaciones está presente en su espíritu y prácticas concretas: "Los bienes de consumo se han ido comiendo el espacio, pero nuestra voluntad es que este local sea más que una tienda", indica uno de sus socios. "*Aquí puedes estar una hora y media haciendo la compra porque vienes con tranquilidad y charlas con la gente, descu-*

bres productos nuevos, no es como una gran superficie, donde haces la compra a todo correr porque quieres escapar", añade otro socio, miembro de la Junta directiva.

Para el director de Landare, consumir así es "*un proceso trasformador*". "*Es otra forma de consumir, más consciente, responsable y compartiendo*".

Testimonio de María Jesús y Javier

Socios desde hace 2 años

"Somos socios. Compramos semanalmente productos de consumo. Hacemos periódicamente trabajos comunitarios, asistencia a las asambleas generales y participamos en talleres propuestos por otros socios /…/ Los productos ecológicos cada vez adquieren un mayor peso en nuestras compras. Esto hace que tengamos acceso a productos de alta calidad y con un compromiso con técnicas de producción respetuosas con el medio ambiente y saludables. Esto es muy importante para nosotros especialmente teniendo en cuenta que tenemos una hija de 1 año.

Lo que más valoramos de Landare es la colaboración de todos los socios intentando implicarse al máximo para darle sentido al proyecto. La posibilidad de tener acceso a productos ecológicos y de comercio justo en nuestro entorno".

Testimonio de Jon

Socio desde hace 2 años

"Landare es una organización que aparte de proveer de productos ecológicos y de comercio justo, actúa como dinamizadora en el ámbito del ecologismo, la justicia social… En esa línea, organiza charlas, cursos y demás actividades, como un comedor comunitario para socios interesados. Los asociados, podemos participar de esas actividades, aportar nuestras experiencias para enriquecer al resto de los asociados y por estatutos tenemos que colaborar unas determinadas horas al año en tareas de la organización /…/

Lo que más valoro es la posibilidad de acceder a productos que ayuden a la sostenibilidad social y ambiental".

Impactos

Social

- La asociación ha permitido gestar una red con emprendimientos productivos y amplio tejido social en el territorio
- El 80% de la base social regularmente consume productos ecológicos, realiza tareas de voluntariado y/o participa en los huertos.
- La asociación integra numerosas redes de economía solidaria y consumo responsable
- Realización semanal de talleres y espacios de capacitación

Económico

- A pesar de la competencia del mercado convencional Landare logra aumentar infraestructuras y servicios a sus asociados y asociadas.
- Modelo estable de comercialización que permite el desarrollo de unidades productoras alternativas.

Personal

- Estructura participativa de la organización
- Fuerte implicación personal en la gestión

Medioambiental

- Los productos comercializados responden a criterios ecológicos
- Se procura consumir preferentemente productos de proximidad

Género

- Al trabajar en el marco de los principios del comercio justo y de la economía solidaria se potencia la equidad de género en las diversas prácticas.


Sitio web oficial: www.landare.org

[Estado español]

Som Energia

La cooperativa de consumo y producción de energía verde



Cifras clave

- ✔ **150** fue el número de socios/as al momento de su fundación.
- ✔ **2.579** es el número actual de socios/as.
- ✔ **800.000** euros de facturación se esperan para 2012.
- ✔ **150.000** kWh/año se esperan producir en 2012.



Som Energia es una cooperativa creada a partir de 2010, cuando un grupo de personas vinculadas a la Universidad de Girona se autoconvoca sintiendo la necesidad de crear una experiencia colectiva de promoción de un nuevo modelo energético, tal como estaba sucediendo en otros países.

El sábado 11 de diciembre de 2010, con la asistencia de cerca de 150 socios y socias, se realizó la **asamblea constituyente** de Som Energia en la Casa de Cultura de Girona. Algunos días después eran casi mil los socios y socias que apoyaban la idea.

En 2011 comienza entonces el pleno funcionamiento de la cooperativa con el ánimo de alcanzar los primeros objetivos marcados: convertirse en una comercializadora de electricidad 100% renovable e iniciar los primeros proyectos propios de producción de energía.

Es así por ejemplo, que en septiembre de 2011 se inició la actividad de comercialización de electricidad verde certificada.

El modelo cooperativo

Som Energia se creó como cooperativa de consumo, sin ánimo de lucro, de energía verde con los siguientes objetivos:

- Ofrecer energía 100% renovable, de proximidad y al mismo precio que la energía "sucia" a sus socios y socias.
- Fomentar un aumento de la generación de energía a partir de fuentes renovables en España y el desarrollo de nuevas instalaciones de producción con la inversión de los socios y socias de la cooperativa. El primer proyecto de energías renovables de la cooperativa ha empezado a generar electricidad verde en Marzo de 2012, gracias a una instalación fotovoltaica de 100kW sobre cubierta industrial y durante el año 2012 se prevé la construcción de otras instalaciones todas ellas financiadas por los miembros de la cooperativa.
  Estos proyectos de generación energética (fotovoltaica, eólica, biogás, biomasa, etc.) incorporan criterios de desarrollo sostenible y local, educativos y con una rentabilidad económica justa para todas las partes.
  La meta de la cooperativa es conseguir una generación propia de energía renovable que se adecue al consumo energético de todos los miembros de la Cooperativa. Es decir, generar a medio-largo plazo tanta energía como el consumo realizado por los socios y socias de Som Energia.
- Promover la reducción en el consumo energético de la masa social a partir de la información, el asesoramiento y la fuerza de la red social que conforma la cooperativa.
- Contribuir a la transformación del territorio en un lugar más sostenible y más respetuoso con el medio, apostando en este caso por un cambio de modelo energético, contribuyendo también a la generación de nuevos puestos de trabajo en el territorio relacionados con la economía verde.

Según se relata en sus documentos, el apostar por una iniciativa de estas características bajo el modelo de empresa cooperativa persigue la participación de las personas en el cambio de modelo deseado, ya que sólo de esta manera se puede llegar a contrarrestar las fuerzas existentes que limitan el desarrollo de las energías renovables en favor de las fuentes convencionales de energía.

Es así entonces que los valores que animan a la cooperativa son:

- **Miembros implicados y abiertos a la participación:** los socios y socias pueden participar aportando conocimiento, dinero, bienes o trabajo.
- **Transparencia y control democrático:** todos los socios y socias tienen un voto, independientemente de su contribución económica.
- **Participación financiera de todos los socios y socias:** las pequeñas aportaciones de muchos dan el poder financiero y popular para promover los proyectos.
- **Autonomía e independencia:** establecer colaboraciones con otros proyectos, pero siempre según los criterios de la cooperativa.
- **Educación e información:** promover una nueva cultura energética y la aceptación de la energía renovable.
- **Colaboraciones con otras cooperativas:** fomento de la cooperación con otras cooperativas existentes, sean o no del ámbito energético, para alcanzar objetivos comunes. Esto en el marco del principio de la intercooperación.
- **Enfoque a la comunidad local:** promoción de puestos de trabajo relacionados con la energía renovable, contribuyendo a la creación de una economía verdaderamente sostenible.

Organización
De esta manera, la cooperativa se rige por el órgano social superior (la Asamblea de Socios y Socias) que define un Consejo Rector para la ejecución de las líneas estratégicas marcadas. Pero la mayor participación y la clave para poder realizar todo el trabajo ha sido el esfuerzo voluntario de la base social a través de diferentes comisiones de trabajo que tienen una misión específica, así como de los grupos locales de trabajo, que ayudan a difundir el proyecto.

Las comisiones de trabajo son: comercialización, proyectos, servicio a los socios/as, comunicación, educación y recursos.



Testimonio de Josep Prat

Voluntario desde 2010

"Lo que más valoro es aportar desde mi trabajo voluntario al crecimiento de un proyecto en el que creo. Vivir en las caras de la gente la satisfacción de disponer de una alternativa al actual modelo energético, que parecía estar basado únicamente en instrumentos de multinacionales, con grandes Impactos sociales y ambientales".

Impactos

Social
- Más de 2.500 socios/as se unen para cambiar el modelo energético
- Práctica del principio de inter-cooperación articulando con otras cooperativas y organizaciones

Económico
- Se consume energía renovable al mismo precio que la energía contaminante
- Proyectos de inversión por más de 1,5 millones de euros
- Expansión comercial del servicio a otras regiones

Personal
- Las familias acceden a un servicio comunitario y sostenible

Medioambiental
- Cientos de hogares cambian la fuente energética y reciben energía 100% renovable

Sitio web oficial: www.somenergia.coop

[Estado español]

Red Social Koopera

Red de inserción sociolaboral contra la exclusión social



Cifras clave

- ✔ **200** trabajadores/as se insertan en las diversas actividades laborales de la Red
- ✔ **3.100.000** kilos de telas son recogidas y reutilizadas en el marco de los programas de protección al medio ambiente
- ✔ **3.500** personas por año reciben auxilio en vestimenta por medio de la Red
- ✔ **16.400** Tm/Año de residuos recogidos selectivamente

La Red Social Koopera Gizarte Sarea es una red conformada por cooperativas y entidades sin fines de lucro con el propósito de sumar fuerzas para mejorar la eficiencia y eficacia en la inserción socio laboral de aquellos colectivos más vulnerables en el acceso al mercado de trabajo, mediante un enfoque innovador en el marco de los principios por una economía social y solidaria. Desde 2008 se constituye como sociedad cooperativa de segundo grado.

El enfoque innovador de inserción socio-laboral se basa en dos conceptos:

- Buscar actividades en las que los trabajadores y trabajadoras puedan hacer uso de habilidades laborales, sociales y tecnológicas.
- Incentivar la implicación activa de los involucrados, de manera que se sientan partícipes de las construcciones cooperativas.

En tal sentido, la Red ha delimitado el siguiente objetivo: "Somos un grupo de cooperativas de iniciativa social y empresas de inserción. Nuestro objetivo es la lucha contra la exclusión social y la inserción socio-laboral de personas en situación o riesgo de exclusión social, mediante actividades principalmente en defensa del medio ambiente."

"En la Red Social Koopera trabajamos por cambiar la situación de las personas que necesitan otra oportunidad. Son estas personas las auténticas protagonistas de la Red".

Los socios y socias de la Red

- **REZIKLETA S.COOP.** En 1990 nace la Asociación para la Promoción de la Ecología Social REZIKLETA. En junio de 1992 se constituye como Rezikleta S. Coop. y se especializa en la creación de empleo social a partir de actividades de recogida selectiva y reciclaje de residuos. Desde 2009 gestiona "Bizimeta", el primer servicio público interurbano de



préstamo automático de bicicletas estándar y eléctricas, integrado en el sistema de transporte público.

- **BEROHI S.COOP.** Se constituyó en el 2000. Con Cáritas Diocesana de Bilbao y Rezikleta S. Coop. como socios colaboradores. Aporta una solución integral en el ámbito del textil recuperado con la creación de un centro de manipulación y tratamiento como principal actividad.
- **EKORROPA S.COOP.** Cuenta con 10 tiendas abiertas desde el año 2000, se constituye en 2010 como sociedad cooperativa con entidad propia, para gestionar la creciente red de tiendas de segunda mano especializada en moda ecológica y en consumo sostenible. Gestiona el primer Mercado Solidario y Ecológico de Euskadi, situado en el centro de Bilbao.
- **EKIBER S.COOP.** Se constituye en 2004 Es una empresa de inserción, adaptando un nuevo modelo de funcionamiento sobre colectivos con los que ya se trabajaba, permitiendo además la intervención educativa y el seguimiento. Su objetivo es la incorporación de las personas al mercado ordinario tras su paso por la empresa de inserción.
- **EKORREPARA S.Coop.** Se constituye en 2007, con la promoción de Caritas Bizkaia y Rezikleta, como empresa de inserción. Es la primera cooperativa de iniciativa social que tiene por objeto la Recuperación de Aparatos de Eléctricos y Electrónicos (AEE's).
- **LANBERRI.** Lanberri nace en el año 2000 y se enmarca dentro del trabajo comunitario de cuatro entidades (Bidegintza, Susterra, Rezikleta y Sortarazi) que actúan en el entorno del distrito 5 de Bilbao y cuyo ámbito de actuación es el trabajo con personas con gran vulnerabilidad social.

Socio colaborador:

- **CARITAS BIZKAIA.** Es la organización social de la Diócesis al servicio de las personas empobrecidas, promoviendo su integración e impulsando la justicia social. Posee una larga trayectoria de 50 años de trabajo a favor de la integración de las personas más desfavorecidas, habiendo participado en 2007 cerca de 10.000 personas de Bizkaia en alguno de sus proyectos.

Entidades participadas (forman parte de la Red, pero no en calidad de socios):

- **BERZIKLATU S.L.** es una empresa de inserción mixta entre tercer sector y administración que gestiona desde 2007 la planta para el tratamiento integral de los residuos voluminosos construida y cedida por la Diputación Foral de Bizkaia.
- **LIBURKI S.L.L.** es una sociedad limitada laboral que se crea en 2002 como empresa de inserción dedicada a la encuadernación artesanal, regalo promocional, fotocopisteria y gestión documental, tanto de clientes privados, del 3° sector y públicos.
- **BEROHI Chile Limitada** y **EKORROPA RO, S.R.L.** son los dos proyectos de reutilización textil en Chile y Rumanía puestos en marcha en 2004 y 2007 respectivamente.

Actividades que desarrolla la Red

La red trabaja en siete sectores: inserción sociolaboral, servicios asistenciales, servicios medio ambientales, consumo sostenible, promoción de la economía social y solidaria, cooperación al desarrollo y, finalmente, servicios de innovación social.

En cuanto a la inserción socio-laboral, la Red colabora con las Áreas Sociales de los Ayuntamientos y Mancomunidades con un servicio dirigido a las personas en situación o riesgo de exclusión social de su municipio. También ofrece contratos en sus Empresas de Inserción y Cooperativas. En lo relativo a los servicios asistenciales, colabora con las Áreas Sociales municipales y entidades sociales como Cáritas para proveer de vestido a personas en situación de exclusión.

En cuanto a servicios medio ambientales, la Red trabaja con las Áreas Medioambientales de la Administración prestando principalmente servicios ambientales, como la gestión de residuos para su reutilización y reciclaje.

Por otra parte, a través de su red de tiendas (10 en la actualidad) realiza campañas de consumo responsable, promoviendo de esta manera el consumo sostenible. Además promueve la economía social y solidaria en países en vías de desarrollo, poniendo en marcha proyectos en los que las personas trabajadoras de los países de destino son socios/as y agentes activos, siendo ésta su apuesta por la cooperación al desarrollo.

Por último, ofrece servicios de innovación social investigando en la búsqueda de oportunidades para la creación de empleo social. Vale la pena decir que es en el marco de esta actividad en el que nace el proyecto KOOPERA REUSING CENTER.



Testimonio de Cristina

Trabajadora de la Red en el Área de Consumo

"Lo que más valoro es la vocación social de la Red, el aprendizaje que promueve entre sus miembros, la innovación por la que apuesta y su fin, en el que pone a la persona en su centro". ●

Impactos

Social

- Facilita el acceso al empleo de colectivos vulnerables en empresas de inserción
- Dinamiza procesos de inclusión social mediante estrategias de innovación tecnológica – empresarial
- Amplio trabajo en red con otras organizaciones de la economía solidaria, incluyendo campañas de sensibilización

Económico

- Promoción de la economía solidaria y el cooperativismo mediante empresas de inserción, cooperativas y asociaciones con programas socio-laborales
- Apertura de mercados locales, regionales e internacionales para los productos

Personal

- Promueven el protagonismo y la dignidad de las personas
- Aumento de la autoestima de personas en riesgo de exclusión

Medioambiental

- Reducción, recuperación y reciclaje de artículos descartados para el consumo y que regresan al circuito mediante producción solidaria y consumo responsable.

Género

- Se promueve la igualdad de género en sus acciones.

Sitio web oficial: www.koopera.org

[Estado español]



Fiare

Banca Ética



Cifras clave

- ✔ **29.000.000** de euros es el monto de los depósitos contratados
- ✔ **2.800.000** euros acumulados al cierre del balance de 2011
- ✔ **9.617.000** euros prestados en 2011 a proyectos socialmente positivos
- ✔ **2573** socios/as participando en la experiencia

Fiare es un proyecto de banca ética que desempeña una labor de intermediación financiera al servicio de la transformación social. Se distingue por ser un agente bancario con valores alternativos a los dominantes y construye socialmente otro modelo de finanzas.

Desde el punto de vista social, FIARE es un proyecto que engloba a numerosas organizaciones deseosas de construir una economía social y solidaria, donde los ahorros de las personas y organizaciones generan un sistema financiero transparente y responsable. Desde el punto de vista bancario, FIARE es el agente exclusivo de la Banca Popolare Etica, S. Coop (Italia), una de las más prestigiosas instituciones de finanzas éticas en todo el mundo que bajo el formato cooperativo opera como banco a todos los efectos desde hace más de 20 años, sin perder sus características de ausencia de lucro, democracia y participación.

En la actualidad, FIARE está en un proceso de integración con Banca Popolare Etica, con el objetivo de que FIARE sea una cooperativa de crédito junto a Banca Popolare Etica, con quien se comparten valores y principios.

El ideario básico de FIARE comprende las siguientes ideas:

- Las finanzas orientadas éticamente son sensibles a las consecuencias no económicas de las acciones económicas.
- El crédito, en todas sus formas, es un derecho humano.
- La eficiencia y la sobriedad son componentes de la responsabilidad ética.
- El beneficio obtenido de la posesión e intercambio de dinero debe ser consecuencia de la actividad orientada al bien común y debe ser distribuido equitativamente entre todos los sujetos que intervienen en su realización.



- La máxima transparencia de todas las operaciones es requisito fundamental de cualquier actividad de finanzas éticas.
- Se favorecerá la participación en la toma de decisiones de la empresa, no sólo a los socios y socias, sino también a las personas ahorradoras.
- La institución que acepta los principios de las Finanzas Éticas orienta con estos criterios toda su actividad.



El origen
El origen de este proyecto colectivo donde se reúnen diversos actores animados por el cambio social, es obviamente complejo, y echa raíces en el mayor conocimiento que las entidades del Estado Español generaban respecto al movimiento internacional de las finanzas éticas, por ejemplo las actividades promovidas por la Federación Europea de Bancos Éticos entre otras. Si bien la Fundación FIARE comienza su andadura en el País Vasco (2005), lo cierto es que luego genera procesos de acercamiento con otras asociaciones de banca ética con similares finalidades, como la asociación FETS (Finanzas Éticas y Solidarias), Oikocredit y Coop57, en este caso para operar en Cataluña. Es así que en los últimos cinco años FIARE ha tenido una gran desarrollo territorial propiciado por una extensa base social en toda España.

La actividad bancaria
A la espera de poder realizar todas las funciones propias de una entidad bancaria, FIARE ha comenzado sus actividades centrándose en aquellas funciones básicas del modelo: recibir ahorros responsables para invertir en proyectos viables social, ambiental y económicamente.

En cuanto a los depósitos, Fiare los acepta de cualquier persona o entidad legalmente constituida, sólo con la condición de que la persona depositante debe firmar una declaración en la que manifiesta su identificación con los principios inspiradores del proyecto Fiare. Puede formalizarse el contrato del depósito en las oficinas de FIARE, con la presentación del DNI en caso de personas físicas, y con la aportación de NIF, escrituras de constitución y de poderes y DNI de los apoderados y apoderadas, en el caso de las personas jurídicas.

El depósito tendrá el carácter de libreta de ahorro, y se podrá elegir entre diversas modalidades.

Por otra parte la persona depositante podrá indicar sus preferencias sobre destino de sus ahorros, y elegir entre proyectos sociales, de cooperación, de calidad de vida o medioambientales.

En cuanto a los préstamos, el tipo de proyectos y / o necesidades que se financian son:

- Cobertura de necesidades básicas de personas físicas, en nuestro entorno y en el Sur, mediante acuerdos específicos con entidades asociadas al Proyecto FIARE o con las Administraciones Públicas.
- Financiación genérica (estructura, locales y tesorería) para entidades que trabajan con personas en situación o riesgo de exclusión, organizaciones no gubernamentales para el desarrollo y la cooperación con el Sur, empresas de la economía solidaria y, en general, para todas aquellas entidades sin ánimo de lucro que promueven o desarrollan actividades con un impacto social positivo.
- Créditos para la puesta en marcha de proyectos empresariales presentados por cualquier persona física o jurídica, quedando su aprobación sujeto a la evaluación ético-social tanto de la entidad solicitante como del proyecto.

En cuanto a sus modalidades, FIARE en líneas generales ofrece dos líneas de préstamos: personal e hipotecario.

La participación de la base social
El papel de las socios/as es clave en la difusión del proyecto. Actualmente hay una red de más de 300 organizaciones que han asumido un papel de socias promotoras y colaboradoras del proyecto y gracias a ellas FIARE se expande y enraíza en la sociedad.

También es importante el papel que juegan las personas a nivel individual ya que hoy día el proyecto cuenta con más de un centenar de personas en el conjunto del estado que a título personal o en nombre de una organización miembro se reúnen periódicamente para difundir y ampliar el capital social, a través de charlas, presentaciones, presencia en ferias, etc. Como entidad de finanzas éticas, el papel de sensibilización es esencial y uno de sus ejes de transformación social.



Testimonio de Sergi
Voluntario, 28 años de edad

“Como voluntarios, nos reunimos mensualmente y preparamos accciones y actividades de sensibilización en nuestra ciudad. En caso de organizar algún seminario los encuentros son más a menudo. También, participamos en ferias y muestras de entidades y haciendo charlas informativas sobre el proyecto Fiare.”

“Lo que más valoro son las ganas de cambiar las cosas a partir de fomentar alternativas constructivas”.

Impactos

Social

- Numerosas organizaciones y redes de la sociedad civil confluyen generando alianzas estratégicas para consolidar el proyecto de una banca ética.
- Amplia extensión territorial con acento participativo
- Decenas de iniciativas de economía solidaria, emprendimientos sociales, proyectos de cooperación internacional y empresas dedicadas a la gestión mediambiental reciben apoyo económico.

Económico

- Cerca de 30 millones de euros se han generado como ahorro acumulado a lo largo de estos años de funcionamiento
- 17 millones de euros es el volumen de financiación dirigido a más de 130 proyectos de utilidad social, con amplia transparencia.

Personal

- 2500 personas logran dar un destino justo y responsable a sus ahorros
- Diversos mecanismos fomentan la participación de las personas e instituciones

Medioambiental

- Los proyectos financiados son evaluados en las dimensiones ambientales

Género

- La igualdad de género se considera elemento determinante para la evaluación de los proyectos a ser financiados.

Sitio web oficial:
www.proyectofiare.com/web/

[Estado español]

IDEAS S.C.A.

Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria, Sociedad Cooperativa Andaluza



Cifras clave

- ✔ **1.000** productos de comercio justo ofrece IDEAS a sus consumidores responsables
- ✔ **45** grupos en Asia, África y América Latina trabajan directa o indirectamente con la organización.
- ✔ **1.000** representantes de administraciones públicas y empresas proveedoras capacitadas en compra pública ética y responsable.
- ✔ **98%** de la financiación canalizada a través de iniciativas de finanzas éticas

IDEAS es una Organización de Comercio Justo creada hace más de 20 años y con sede central en Córdoba y oficinas en Barcelona, Extremadura y Madrid. Su misión es transformar el entorno económico y social para construir un mundo más justo y sostenible, desarrollando iniciativas de Comercio Justo, Economía Solidaria y Consumo Responsable, tanto en el ámbito local como internacional.

IDEAS fue la primera entidad española que desarrolló el **Comercio Justo** con organizaciones del Sur (África, América Latina y Asia) a través de programas de cooperación, asistencia técnica, importación, distribución y venta de alimentos y productos artesanales.

El Comercio Justo es entendido por IDEAS como una poderosa herramienta para erradicar las causas de la pobreza en las comunidades más desfavorecidas, garantizando los derechos, la dignidad y el desarrollo de todas las partes implicadas.

IDEAS busca en ese sentido potenciar la capacidad crítica de los ciudadanos y ciudadanas, empresas e instituciones públicas en su derecho a consumir conscientemente. Así, la organización realiza numerosas actividades de consultoría, educación y movilización social y también desarrolla herramientas de financiación ética para favorecer modelos de Consumo Responsable y Economía Solidaria.



El compromiso con el Comercio Justo se traduce en tareas de capacitación a las organizaciones productoras, además de sensibilizar, importar y distribuir los productos de Comercio Justo sin ánimo de lucro. Así entonces, con la intención de favorecer las economías y organizaciones del Sur, distribuye los productos procedentes de la cooperación comercial a través de una amplia red de más de 400 clientes (tiendas de Comercio Justo, pequeños comercios, asociaciones vecinales, cooperativas de consumo, colegios, ecotiendas, ONGs, etc.).

También se movilizan para generar mayor conciencia responsable en su país. Es así que ejecutan diversos proyectos de sensibilización, campañas de consumo responsable, actividades enfocadas a las políticas de compra pública, al desarrollo local con un enfoque de Comercio Justo y a la responsabilidad social de las empresas.

IDEAS es una Cooperativa sin ánimo de lucro integrada por 10 personas socias y otras 5 personas trabajadoras. Está inscrita como ONGD en la AECID (Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo). Es miembro de WFTO (Organización Mundial de Comercio Justo); miembro fundador de la CECJ (Coordinadora Estatal de Comercio Justo); socio fundador de REAS (Red de Redes de Economía Alternativa y Solidaria), y de FIARE (banca ética). En este último aspecto cabe señalar que el 98% de la financiación de IDEAS se canaliza por el sistema de finanzas éticas.

Líneas de acción

- **Comercio Justo.** IDEAS cuenta con una colección de más de 1000 productos de alimentación, bebidas, artesanía, textil, bisutería, complementos, papelería, cosméticos, etc. que se renuevan cada temporada. La organización desarrolla especialmente la línea Bio&Justo para ofrecer a los consumidores y consumidoras productos de máxima calidad, con responsabilidad social y medioambiental.



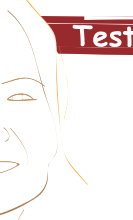
Para ello cuenta con un equipo asesor que ofrece trato personalizado a cada organización o entidad que desee adquirir productos de Comercio Justo, la mayoría Tiendas de Comercio Justo. También cuenta desde 2011 con una tienda virtual (www.comerciojustoideas.com)
- **Sensibilización.** IDEAS desarrolla una parte fundamental de su trabajo formando y educando sobre el Comercio Justo y el Consumo Responsable mediante campañas de sensibilización, cursos de formación y actividades educativas.
- **Consultorías.** IDEAS realiza numerosas actividades de investigación y consultoría. Entre estas acciones cabe destacar la coordinación estatal de los programas europeos “Compra Pública Ética (CPE)” y “Compra Empresarial Responsable (CER) cuyo objetivo es asesorar a las administraciones públicas y al sector empresarial para la integración de criterios éticos y ecológicos en sus compras y contrataciones facilitando así su participación como agentes de desarrollo.

  IDEAS también coordina en España el Programa Europeo “Ciudades por el Comercio Justo” que busca la participación de todos los actores públicos, privados, sociales y particulares en el fomento del Comercio Justo. Actualmente son 6 las ciudades españolas que han conseguido el referido título (con otras 30 desarrollándose activamente), sobre un total de 1000 localidades en todo el mundo. En ese marco, también cuenta con una línea de incidencia en las Universidades. Han sido 12 las Universidades que hasta el momento han ingresado al programa.
- **Cooperación al desarrollo.** IDEAS asiste técnicamente para desarrollar nuevos productos y mejorar la calidad de los mismos mediante talleres y cursos de capacitación en el Sur. También realiza actividades de difusión y educación en comercio justo, como es el caso de campañas para sensibilizar

sobre la situación del comercio mundial y su impacto en las comunidades más vulnerables.

- **Finanzas éticas.** Se han creado iniciativas como el Préstamo Solidario de IDEAS, que introduce valores éticos en las finanzas, que apoya y fortalece proyectos de economía solidaria y que ofrece garantías sociales y medio ambientales. Además IDEAS es socia-fundadora de Fiare Sur.

Es de destacar también, la ejecución de otros proyectos, como el de Turismo Responsable en el área Mediterránea, que llevan adelante con otras organizaciones.



Testimonio de Mercedes García de Vinuesa

Socia desde hace 13 años

"Lo que más valoro de IDEAS es su objetivo social, porque sabes que todo tu trabajo tiene un fin social colectivo no lucrativo, que estás trabajando para ofrecer una salida a muchos artesanos/as y campesinos que tratan de tener una vida digna. También el poder participar en la toma de decisiones de la organización, el trabajo en equipo en órganos con estructuras horizontales, pues IDEAS es una cooperativa /.../

Para mí el Comercio Justo y la Economía Solidaria son una forma de estar en el mundo, de relacionarnos con el resto de personas y productos en términos de equidad y de respeto, valorando otros factores y no el precio como única variable.

El Comercio Justo es comerciar, realizar transacciones, en términos de diálogo y transparencia, asegurando que el precio cubre como mínimo los costes de producción, asegurando que no hay explotación infantil o de género, y respetando el medio ambiente.

Consumo responsable es atender a las necesidades básicas del ser humano no las hedonistas, temporales y egocentristas que la sociedad del consumo nos ha hecho creer. Porque es como si despreciáramos el producto en sí y no recordáramos que alguien tuvo que producirlo primero". ●

Impactos

Social

- 20.000 productores y productoras de África, Asia y Latinoamérica se benefician del trabajo realizado por medio de los diversos programas de comercio justo y cooperación internacional.
- 6 ciudades españolas logran ser reconocidas por sus conductas responsables en comercio justo
- Creación de conciencia en las administraciones públicas respecto a sus políticas de compras
- Nuevos productos son incorporados con valor social agregado
- Importante trabajo en red a nivel nacional e internacional

Económico

- Dos millones de euros de ingresos anuales
- 90% de las ventas se canalizan en Tiendas de Comercio Justo
- 98% de la fuente de financiamiento proviene de las finanzas éticas
  - Se dispone de un sistema propio de finanzas éticas

Personal

- Estructura participativa de la organización
- Fuerte implicación personal en el objetivo de la cooperativa

Medioambiental

- Los productos incorporan las dimensiones ambientales, como el caso de la línea que se comercializa bajo la marca bio&justo

Género

- Al trabajar en el marco de los principios del comercio justo se potencia la equidad de género en las experiencias con las que se mantiene una relación directa o indirecta.

Sitio web oficial: **www.ideas.coop**

Conclusiones

¿Qué tienen en común las experiencias presentadas? ¿Acaso hay algo que compartan estos ejemplos a pesar de los diferentes ambientes donde han sido creados y desarrollados? Y en todo caso, ¿qué justifica sus inclusiones en una publicación que tiene por objetivo mostrar cómo otra economía es posible aún en el contexto de una fuerte globalización capitalista? Vayamos por partes tratando de responder a estas preguntas.

OTRO TIPO DE EMPRESAS

Comencemos por lo que a nuestro criterio es el problema mayúsculo de la actividad empresarial tal como actualmente se la concibe en buena parte de la academia, así como entre la mayoría de los economistas y administradores de empresas guiados por los paradigmas más usuales y que tantas consecuencias han traído a partir de la más reciente crisis económica mundial. Nos referimos al supuesto de que las personas nos comportamos de manera fría, racional, calculadora y egoísta en todas nuestras relaciones sociales, incluidas las relaciones económicas. Bajo este paradigma del mal llamado "homo oeconomicus"[33], se ha constituido y conformado un especial tipo de empresa, la empresa capitalista maximizadora de utilidades. Así como la economía en su conjunto se verá beneficiada si cada uno de nosotros nos comportamos de manera egoísta, dicen los partidarios de estas fórmulas imperantes, todo el mercado y las personas que participan en él se verán beneficiadas si las empresas guían sus negocios procurando la máxima rentabilidad posible. En este esquema, profundamente equivocado, no hay **lugar para el argumento ético.** Y no hay lugar para quien queda al margen, excluido, desplazado, desamparado por los propios mecanismos económicos que generan riqueza pero no la distribuyen. Así entonces, la pobreza pasa a ser un obstáculo para el desarrollo empresarial; el desempleo es visto como una buena fórmula para obtener fuerza de trabajo a cambio de migajas; el cuidado del medioambiente es solo atendido si se constituye en un nicho de mercado. El mercado pasa a ser como la selva y las empresas deben comportarse como animales salvajes donde el más fuerte y astuto se come a los demás.

Esta visión de la economía y de los negocios, sin embargo, forma parte de un discurso que ya comienza a hacer aguas. Las nuevas culturas económicas también se han abierto paso y han propuesto alternativas viables. Lo han hecho de la mano de un discurso nuevo y esperanzador, cierto, pero también y mayoritariamente a través de un conjunto de prácticas que en los hechos demuestran que **la empresa no es solo una organización que pretende maximizar el capital** con el que se inicia y contrata al resto de los factores, donde se distingue un agente decisor de otro ejecutor. No, **la empresa también puede ser una organización democrática**, puede ser una organización basada en el trabajo, que persiga un bien social, que se demuestre exitosa en el marco de ciertos principios y valores. Y eso es justamente lo que tienen en común las 15 experiencias analizadas. Para decirlo de otra manera, son ejemplos que demuestran la necesidad de identificar un modelo de empresas solidarias, para distinguirlo del modelo de empresas capitalistas.

Notemos que **ninguna de las experiencias que presentamos se constituyó para perseguir la maximización de sus ganancias.** En la historia de cada una de ellas encontramos que **hay razones sociales o ambientales**, un conjunto de principios, alguna idea fuerza con proyección social que mueve a la acción empresarial. Se intenta responder a un problema social y la organización empresarial se monta para tales propósitos. Es así por ejemplo que Le Grafeh se constituye para dar una solución social y ambiental al problema de las bolsas de plástico; El Salinerito se funda para generar un proceso de desarrollo inclusivo en una localidad sumergida en la pobreza; Fiare nace para dar una solución ética al problema del financiamiento.

PARTICIPACIÓN Y DEMOCRACIA

Siguiendo con las diferencias respecto al modelo imperante de empresa, digamos que ninguna de las experiencias presentadas se caracteriza por constituirse en base al capital y usualmente **rompen la clásica división entre decisores y ejecutores** con respecto a las relaciones laborales. Antes bien, se trata de empresas basadas en la solidaridad de sus integrantes que **buscan la participación más plena posible**, ya sea mediante las clásicas fórmulas cooperativas o mediante otras figuras jurídicas que también permitan una participación igualitaria y democrática. Es así por ejemplo, que RESOPP en Senegal ha logrado la reunión de miles de familias productoras bajo un sistema participativo; el Sistema Nacional de Comercio Justo y Solidario fue construido en Brasil mediante un intenso trabajo participativo, promovido por Faces do Brasil en todos los rincones del país; mientras que Landare involucra a su base social no solo en las tareas de gestión sino también en las tareas de trabajo voluntario como medio para lograr una mayor implicación.

IMPACTOS POSITIVOS

Son empresas que se **enorgullecen de sus logros sociales antes que contables.** Estos últimos son fundamentales para asegurar su continuidad en el mercado, pero no son los que guían su operativa. Por eso es que hemos optado por incluir al final de cada caso, un cuadro que resumiera sus logros en diversos ámbitos. Es así por ejemplo, que la economía solidaria está demostrando operar con singular fuerza en materia de **equidad de género**, mostrando una mayor oportunidad a las mujeres en aquellos contextos socioculturales donde predomina aún cierta cultura machista. El caso de Gone Rural, como emprendimiento que genera ingresos estables para mujeres artesanas a la vez que canaliza el 30% de los ingresos a programas educativos y de salud, es ejemplo de ello. Luchadoras sociales como Antonia en Asarbolsem (Bolivia) o Haoua en Le Grafeh (Burkina Faso), se multiplican por miles, confirmando que la desigualdad sexual, tan propia de la economía capitalista como estatal, está abiertamente amenazada en la economía popular solidaria, pues ésta se inspira en principios equitativos. Lo mismo ocurre con las **dimensiones ambientales.** En momentos tan críticos respecto a fenómenos como el cambio climático, la desertificación o los mayores niveles de contaminación ambiental, la economía solidaria está demostrando actuar de manera precisa y concreta. Desde los aportes productivos de las Cocinas Colectivas de Malí, pasando por el encadenamiento para producir algodón ecológico de la Cadena Textil Solidaria en Argentina o los esfuerzos de Som Energía por reunir miles de hogares con acceso a energía renovables, observamos el protagonismo de estas dimensiones ambientales, ya no como mera moda al estilo de diversas estrategias de marketing de otro tipo de empresas, sino como verdadero compromiso para hacer del nuestro un mundo mejor. Y esto porque la Economía Solidaria es una alternativa a aquel modelo de crecimiento que o bien no se pregunta sobre las consecuencias ambientales o bien las pretende

33 Si por "homo oeconomicus" entendemos a una "racionalidad humana económica", entonces deberíamos concluir que la misma puede ser egoísta o solidaria; individualista o comunitaria. Es decir, el campo de lo económico, no debe quedar reducido a la mera búsqueda del lucro o beneficio personal. Sobre el concepto de la economía bajo un paradigma más integral Cfr. Guerra, Pablo: *Socioeconomía de la Solidaridad*, Montevideo, Nordan, 2002.

minimizar como argumento de cierta actualización respecto a las modas empresariales actuales.

Es en el entrecruzamiento de las variables sociales y ambientales que notamos una gran contribución de estos formatos empresariales al aplicar **novedosas tecnologías sociales** para resolver de forma empresarial y comunitaria diversas problemáticas, innovando en propuestas, productos, procesos o procedimientos. Justamente una de las características más notables de la Economía Solidaria es la innovación en la aplicación de este tipo de tecnologías dando lugar por ejemplo, a procesos de reutilización de desechos urbanos; a la creación de productos y servicios novedosos; a la activación socioeconómica de sectores excluidos o vulnerables; generando mecanismos para revalorizar culturas y conocimientos populares y autóctonos; produciendo, manufacturando y comercializando bienes con valor socio-ambiental agregado, etc. O sea, la Economía Solidaria crea tecnología social apropiada seguramente con mucho mayor dinamismo respecto a los otros sectores de la economía. Son nuevas organizaciones que generalmente no responden a los viejos paradigmas de la producción, sino que se muestran activas en la búsqueda de soluciones colectivas para esos grandes nuevos problemas de la sociedad.

TRABAJO EN RED

Las enseñanzas de estos ejemplos se multiplican. Por ejemplo, la importancia que tiene el trabajo en red para **amplificar los buenos resultados, aunar esfuerzos y compartir recursos.** La Economía Solidaria es un proyecto colectivo de cambio enmarcado en un contexto económico – empresarial donde imperan otros valores. Eso obliga a la inter-cooperación y creación de circuitos solidarios. Por ejemplo, la experiencia de comercio justo en Brasil solo se explica en el marco de un movimiento de Economía Solidaria más amplio que le da sustento y le nutre de actores económicos. La experiencia de la Red Comal es justamente un producto de crecimiento en red, identificando actores potenciales para extender el proyecto colectivo. El rápido crecimiento de FIARE en España, que coincide con la crisis del sistema financiero en todo el mundo, solo puede ser comprensible por el ánimo de sumar instituciones y organizaciones del sector solidario, en una lógica a la vez inclusiva y federativa, lo que le permite crecer en extensión pero al mismo tiempo con fuerte arraigo territorial. En otros planos, los vínculos Sur–Norte aparecen también en las experiencias (por ejemplo, la labor de IDEAS fomentando el comercio justo con diversas cooperativas del Sur; o de la CTS aunando esfuerzos entre Italia y Argentina), generándose interesantes tejidos de solidaridad. **El papel de las Campañas, tanto para cuestionar ciertas prácticas comerciales o para fomentar el consumo responsable**, o cooperar con ciertas causas nobles, **también son parte de esta economía solidaria.**

LAS PERSONAS COMO PRIORIDAD

Son, como pudo observarse, emprendimientos que ponen en el centro a la persona humana antes que al capital. Si nos detenemos en el análisis de sus planes estratégicos, encontraremos siempre la presencia de esta centralidad de la persona, uno de los aspectos doctrinales fundamentales de la Economía Solidaria. En los Testimonios recogidos puede observarse el impacto de las diferentes experiencias en las trabajadoras y trabajadores. A diferencia de las empresas capitalistas que mencionan en sus Misiones y Visiones los aspectos referidos al lucro esperado por parte de los accionistas, en la Economía Solidaria el protagonismo lo asumen valores como la inclusión social, la protección ambiental, el derecho al trabajo o el desarrollo de sectores vulnerables, entre otros. Son estos aspectos de referencia ética los que combinados con determinados modelos de gestión participativos dan lugar a experiencias que se muestran verdaderamente alternativas aún desde lo micro y que terminan motivando especialmente a los trabajadores y trabajadoras involucrados.

ORÍGENES

Respecto a sus momentos fundacionales veíamos en el Capítulo II cómo algunas experiencias se constituyen **motivadas por la fuerza de la convicción** en tanto otras lo hacen **urgidas por la fuerza de la necesidad.** Analizando las experiencias recogidas aquí, podemos observar una mayor presencia de la vertiente de la convicción, esto es, experiencias pensadas desde sus inicios para poner en práctica valores alternativos. Los Fondos Africanos, por ejemplo, se constituyen para canalizar los valores solidarios en el plano de la cooperación financiera. La vertiente d3e la necesidad sin embargo también está presente en algunas de las experiencias. El caso de Asarbolsem en Bolivia, por ejemplo, fue iniciado para dar una solución laboral a una población excluida. Su estructura participativa y de valores se fue generando luego, a medida que la organización se fue desarrollando. Las empresas recuperadas que integran la CTS en Argentina constituyen otro caso similar: no fueron creadas para poner en práctica los valores de la cooperación, sino que fueron el resultado de una crisis enorme que puso a los trabajadores y trabajadoras entre la espada y la pared, esto es, o autogestionaban la empresa o engrosaban la masa de parados. Los casos analizados de España, activados más desde el plano del consumo que desde la producción, se orientan más por la vertiente de la convicción. Esa mayor **activación económica desde el plano del consumo**, más típica del caso europeo, contrasta con las experiencias africanas y latinoamericanas, más activas **desde el plano de la producción.** Surge entonces, desde este punto de vista, la importancia por ejemplo, de poner en práctica mayores experiencias productivas en el Norte y mayores prácticas de consumo responsable en el Sur. Esto aún reconociendo casos como la Red Koopera, de fuerte anclaje productivo (España) y FACES (Brasil) con fuerte acento en el consumo responsable.

Veamos algunas de las características de los emprendimientos seleccionados en el siguiente cuadro – resumen:

ÁFRICA

Organización	Motivación	Principal Instrumento	Modelo de Gestión
Woïjo Kandeye – Cocinas Colectivas de Malí. Malí	Mejorar las condiciones de vida y de alimentación de las mujeres	Cocinas Colectivas / uso de productos locales	Asociación Civil complementa acciones con Cooperativa de Trabajo
Le GAFREH Burkina Faso	Reciclaje de bolsas de plástico y promoción de la mujer en la economía local	Sistema de recolección de bolsas y transformación en artesanías	Asociación de Mujeres Artesanas
Fonds Afrique. Sede en Francia, Bénin, Burkina Faso, Camerún, Congo y Senegal.	Solidaridad Financiera Internacional	Fondos de Ahorro	Red entre Cooperativa Gargue, asociación Tech-Dev y emprendimientos sociales
Gone Rural Swazilandia	Crear empleos a mujeres de las comunidades rurales	Empresa de trabajo artesanal	Empresa social genera ingresos y Organización sin fines de lucro complementa acciones sociales
RESSOP Senegal	Mejorar calidad de vida del campesinado	Cooperativas Rurales	Unión de Cooperativas con diversas instancias participativas

AMÉRICA LATINA

Organización	Motivación	Principal Instrumento	Modelo de Gestión
Red Comal Honduras	Mejorar la calidad de vida del campesinado por medio de la Economía Solidaria	Red de formación, producción y comercialización	Asociación de Organizaciones de Pequeños Productores y Productoras
Cadena Textil Solidaria Argentina	Promover la Economía Solidaria y el Comercio Justo mediante un proceso productivo articulado y completo del algodón	Encadenamiento desde la materia prima hasta el producto final	El Proyecto coordina los distintos eslabones de la cadena (personas productoras, cooperativas, talleres)
Faces de Brasil Brasil	Promover y potenciar el Comercio Justo en Brasil	Sistema Nacional de Comercio Justo como política pública	Plataforma de entidades de Comercio Justo y Economía Solidaria
ASARBOLSEM Bolivia	Superar la pobreza mediante un trabajo digno y solidario	Producción y comercialización asociativa	Asociación nuclea a 19 grupos productivos
El Salinerito Ecuador	Crear salidas asociativas para los problemas sociales y económicos de la localidad	Conjunto de cooperativas y asociaciones productivas	Ente corporativo que nuclea a cooperativas, asociaciones, fundaciones y centros productivos

ESTADO ESPAÑOL

Organización	Motivación	Principal Instrumento	Modelo de Gestión
Som Energia Catalunya	Proveer electricidad verde 100% renovable a los hogares	Cooperativa de consumo	Cooperativa con activas comisiones de trabajo
Landare Nafarroa	Ofrecer una alimentación sana y accesible a las personas consumidoras responsables	Tienda ecológica	Asociación de consumo con alta implicación de socios
IDEAS S.C.A. Andalucía	Desarrollar el Comercio Justo, la Economía Solidaria y el consumo responsable	Programas de Comercialización, sensibilización e incidencia	Cooperativa inserta en varias redes de trabajo a nivel nacional e internacional
Red Social Koopera Euskadi	Inserción socio-laboral de colectivos vulnerables	Conjunto de cooperativas y empresas de inserción	Red nuclea a entidades socias para llevar adelante tareas comunes
Fiare Estatal	La transformación social mediante una Banca Ética	Banca Ética con todos los servicios financieros solidarios	Red de personas y organizaciones. Socios territoriales independientes y autoorganizados según sus necesidades.

Como se puede observar, tanto a nivel de motivaciones, como de instrumentos y modelos de gestión, estas variadas experiencias demuestran como otros formatos empresariales son posibles y como otra economía es posible.

RETOS

Aquí sin embargo es conveniente hace dos aclaraciones. La primera de ellas es que estas y otras experiencias de la Economía Solidaria, por el hecho de constituirse bajo la inspiración de elevados valores, no tienen asegurado el éxito. Son unidades económicas que deberán **mostrarse eficientes ante su base social y el mercado en el logro de sus objetivos.** Si bien a los efectos de esta publicación hemos decidido mostrar casos que en su mayoría desde hace un tiempo vienen mostrando su eficiencia (social y ambiental, además de económica), ciertamente existe una amplia lista de casos que no han sido exitosos en la Economía Solidaria o que aún funcionan de manera muy precaria. Las razones pueden ser varias: empresas que no lograron consolidar un grupo humano

solidario y cooperante, otras que no lograron desarrollar un buen plan de negocios, algunas que no pudieron mostrarse competitivas frente a reglas de juego pensadas para el empresario capitalista, aquellas que naufragaron por no poder solucionar participativamente sus diferencias internas, por no ofrecer productos o servicios diferenciados, por no contar con fuentes financieras, etc. Así vemos como razones comerciales, estratégicas, financieras, de gestión o simplemente humanas, también terminan con bellos proyectos empresariales asociativos y solidarios. Ni más ni menos que lo que ocurre con cualquier otro emprendimiento económico, cualquiera sea su orientación.

La segunda aclaración: la Economía Solidaria logrará contribuir al cambio social si logra que esos instrumentos, valores y racionalidades que operan a nivel microeconómico, también se trasladen a **nivel macroeconómico** e incluso a la definición del modelo de desarrollo al que aspiramos en nuestros países. Si desde los Estados no hay políticas que tiendan a la solidaridad económica, lo que puedan hacer las organizaciones desde lo micro y meso económico será siempre relativo. Se necesitan **sólidas políticas públicas** que discriminen positivamente a las economías solidarias, pero que además impulsen la justicia distributiva, favorezcan el desarrollo endógeno, regulen la actividad de las mega corporaciones, cambien el paradigma de la explotación primaria por mayor producción sustentable con valor agregado, favorezcan las inversiones en tecnologías apropiadas, indiquen el decrecimiento en ciertas áreas productivas y el crecimiento en otras, eduquen en el consumo responsable y promuevan la democracia en todas sus manifestaciones. Serán necesarias las **regulaciones a nivel internacional**, que favorezcan los intercambios con base en sistemas financieros solidarios, castiguen las transacciones especulativas, y que permitan una mayor integración regional mediante encadenamientos productivos del sector solidario.

Dicho con otras palabras: el verdadero cambio social y económico que exigen los tiempos actuales, debe generarse desde abajo, desde las experiencias que ya demuestran que ese cambio no es mero discurso. Pero debe avanzar hacia dimensiones más complejas. Las capacidades de incidencia de las experiencias locales se encuentran muy limitadas en el marco de políticas y proyectos de desarrollo que responden a una mirada diferente, por ejemplo, miradas excluyentes, concentradoras y explotadoras del medioambiente. Será necesario avanzar en ese sentido, en un **modelo de desarrollo incluyente, democratizador, sustentable social y ecológicamente.** Atender, por ejemplo, a qué es lo que ocurre con las grandes discusiones mundiales, regionales y nacionales sobre comercio, cooperación internacional, lavado de activos, integración económica, papel de las monedas, regulación y tributación, políticas de reactivación económica, cambio climático, desigualdad creciente.

Sin duda nada de esto será verdaderamente transformador si solo se trabajan las dimensiones económicas, pues en el fondo existen problemas culturales que explican los comportamientos socioeconómicos. La economía es resultado de prácticas asentadas en los planos social y cultural, prácticas que será necesario ir reconstruyendo con un sentido más comunitario.

El reto es enorme. Los cambios deben operarse en todas las dimensiones posibles pues la crisis es sistémica. Estas miradas globales para otra economía tienen, en tal sentido, un rol activo y clave que desempeñar junto a tantas otras miradas. Porque como dice Don Hélder Câmara,

"cuando sueñas solo, sólo es un sueño;
cuando sueñas con otros,
es el comienzo de la realidad".

Bibliografía

- ATKearney (2009): *The Shifting Geography of Offshoring*, Chicago, en http://www.atkearney.com/index.php/Publications/global-services-location-index-gsli-2009-report.html (Recuperado en Marzo de 2012).
- Beck, U. (1998): *¿Qué es la globalización? Falacias al globalismo, respuestas a la globalización,* Barcelona, Paidós.
- Bezerra, J. (2001): "Políticas económicas, ideológicas y dimensión Geocultural", París, Fondation Charles Léopold Mayer pour le Progrès de l'Homme y Alianza por un mundo responsable, plural y solidario.
- Castells, M. (1998): *La era de la información: Economía, Sociedad y Cultura*, Madrid, Alianza.
- Chonchol, J. (1996): "Globalización y neocolonialismo", Reflexión y Liberación, Santiago de Chile, en http://www.servicioskoinonia.org/relat/184.htm (Recuperado en Febrero de 2011).
- Ciriec (2000): *Economía Social y empleo en Europa*, Madrid, Ciriec España.
- Comune di Roma (2004): "Cosa è l´altra economia", Roma.
- Coriat, B.(1997): *Los desafíos de la competitividad*, Bs. As., UBA.
- GRUPO DE LISBOA (1996): *Los límites a la competitividad. Cómo se debe gestionar la Aldea Global*, UNQui/Sudamericana, Buenos Aires.
- FBES (2009): "Carta de Principios", en http://www.fbes.org.br/index.php?option=com_content&task=view&id=63&Itemid=60. (Recuperado en Mayo de 2010).
- Guerra, P. (2002) *Socioeconomía de la Solidaridad,* Montevideo, Nordan.
- Guerra, P. (2000) *Haciendo la Calle*, Montevideo, Nordan.
- Hinkelammert, F. (1998): *El grito del sujeto*, Costa Rica. DEI.
- Husson, M. (2011): "¿Crisis de las finanzas o crisis del capitalismo", en http://hussonet.free.fr/denknesp.pdf (Recuperado en febrero de 2012)
- Razeto, L. Et al (1990): *Las Organizaciones Económicas Populares 1973 – 1990*", Santiago, PET, tercera edición ampliada.
- SETEM (2011): "De un comercio esclavo a un comercio justo", Revista N. 20, Diciembre de 2011.
- Suppan, S. (2008): "Especulación en las bolsas de materias primas. Riesgos a la seguridad alimentaria y a la agricultura", IATP, en http://www.iatp.org/iatp/publications.cfm?accountID=451&refID=104414 (Recuperado en Abril de 2012).
- Tribunal Permanente de los Pueblos (2010): "La Unión Europea y las ETN en América Latina", Madrid, en http://www.enlazandoalternativas.org/IMG/pdf/TPP-verdict_es.pdf (Recuperado en Marzo de 2012)
- Vitali, S. Glattfelder, B. and Battiston, S. (2011): "The network of global corporate control", en http://arxiv.org/PS_cache/arxiv/pdf/1107/1107.5728v2.pdf (recuperado en Febrero de 2012).
- Zubero, I. (2001): "Entre la globalización económica y el nacionalismo político: el espacio de una nueva sociedad civil mundial, en Pérez Adán (comp): *Las Terceras Vías*, Madrid, Ediciones Internacionales Universitarias.

Sobre SETEM

SETEM somos una federación de **10 ONG de solidaridad internacional** nacida en 1968 que centra su trabajo independiente en concienciar a nuestra sociedad de las desigualdades globales, denunciar sus causas y promover **transformaciones sociales, individuales y colectivas, para conseguir un mundo más justo y solidario.**

Nuestros campos de actuación son:

- La **sensibilización y formación** a través de cursos, viajes, talleres, publicaciones y campañas.
- La **promoción de alternativas**, como el Comercio Justo y la Economía Social y Solidaria, por medio de campañas, programas especializados y venta de productos.
- La **solidaridad con organizaciones del Sur** mediante intercambios y actividades de cooperación.

SETEM forma parte de la Coordinadora de ONG para el Desarrollo de España (CONGDE), Coordinadora Estatal de Comercio Justo (CECJ), red BankTrack, Clean Clothes Campaign y la Red Economía Alternativa y Solidaria (REAS).

Setem **Amarante**
T 981 584 713 central@amarantesetem.org

Setem **Andalucía**
T 958 81 89 38 andalucia@setem.org

Setem **Aragón**
T 976 44 07 65 aragon@setem.org

Setem **Catalunya**
T 93 441 53 35 catalunya@setem.org

Setem **Comunitat Valenciana**
T 96 315 35 05 setemcv@setem.org

Setem **Extremadura**
T 622468220 setemex@pangea.org

Setem **Hego Haizea**
T 945 12 07 46 euskadi@setem.org

Setem **MCM**
T 91 549 91 28 madrid@setem.org

Setem **Nafarroa**
T 948 27 57 20 nafarroa@setem.org

Setem **Rioja**
T 941 24 58 01 rioja@setem.org

www.setem.org



No es que una nueva economía
distinta a la capitalista sea posible,
es que ya existe: es la Economía
Social y Solidaria.
En lugar de buscar el lucro, son prácticas
que persiguen satisfacer necesidades.
En vez de organizarse de manera autoritaria
en torno a la propiedad del capital, lo hacen
de manera democrática y situando como
centro el trabajo humano.

Miradas globales **para otra economía**

En el contexto actual de crisis del sistema,
recortes sociales, depredación del medio
y explotación humana nos parece especialmente
útil e importante mostrar que existen muchas
otras maneras de gestionar la sociedad
y el entorno.
Está pasando y lo estamos haciendo.
Esperamos contar contigo.

Con el apoyo de:

Lee esta publicación
en tu dispositivo móvil